

**KEPUASAN NASABAH PENGGUNA APLIKASI *BIMA MOBILE* DITINJAU
DARI KUALITAS LAYANAN, KELENGKAPAN FITUR, KEMUDAHAN
PENGUNAAN DAN KEAMANAN TRANSAKSI**



TESIS

**Diajukan untuk Memenuhi Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar Magister
Sains Universitas Islam Batik Surakarta**

Disusun oleh:

BACHTIAR ALI MAHADI
NPM: 2024P20004

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM BATIK
SURAKARTA
2026**

LEMBAR PERSETUJUAN TESIS

**KEPUASAN NASABAH PENGGUNA APLIKASI *BIMA MOBILE* DITINJAU
DARI KUALITAS LAYANAN, KELENGKAPAN FITUR, KEMUDAHAN
PENGGUNAAN DAN KEAMANAN TRANSAKSI**

Diajukan oleh:

BACHTIAR ALI MAHADI
NPM: 2024P20004

TELAH DISETUJUI OLEH PEMBIMBING		
NAMA	TANDA TANGAN	TANGGAL
1. Dr. Hj. Sudarwati, SE., MM. (Pembimbing 1)		
2. Dr. Sarsono, SE., M.Si. (Pembimbing 2)		

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

Nama : BACHTIAR ALI MAHADI
NPM : 2024P20004
Judul Tesis : Kepuasan Nasabah Pengguna Aplikasi *Bima Mobile*
Ditinjau Dari Kualitas Layanan, Kelengkapan Fitur,
Kemudahan Penggunaan Dan Keamanan Transaksi

TELAH DISETUJUI OLEH PEMBIMBING		
NAMA	TANDA TANGAN	TANGGAL
Dr. Hj. Sudarwati, SE., MM. (Pembimbing 1)		
Dr. Sarsono, SE., M.Si. (Pembimbing 2)		

DISAHKAN PIMPINAN PROGRAM PASCASARJANA UNIVERSITAS ISLAM BATIK SURAKARTA		
NAMA	TANDA TANGAN	TANGGAL
Dr. Suhendro, SE,M.Si (Dekan Fakultas Ekonomi)		
Dr. Hj. Sudarwati, SE, MM (Ka.Prodi Magister Manajemen)		
Tanggal Lulus	12 Maret 2026	
Nomor Register	3095/KPTS/UT/MM UNIBA/II/2026	

LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI TESIS

Nama : BACHTIAR ALI MAHADI
NPM : 2024P20004
Judul Tesis : Kepuasan Nasabah Pengguna Aplikasi *Bima Mobile*
Ditinjau Dari Kualitas Layanan, Kelengkapan Fitur,
Kemudahan Penggunaan Dan Keamanan Transaksi

TELAH DISETUJUI DAN DISAHKAN OLEH TIM PENGUJI		
PROGRAM MAGISTER ILMU MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI		
UNIVERSITAS ISLAM BATIK SURAKARTA		
NAMA	TANDA TANGAN	TANGGAL
Dr. Hj. Sudarwati, SE., MM. (Penguji 1)		
Dr. Sarsono, SE., M.Si. / Dr. Suhendro, SE., M.Si,Ak (Penguji 2)		
Dr. Bambang Mursito, MM. (Penguji 3)		
Tanggal Lulus	12 MARET 2026	
Nomor Register	3095/KPTS/UT/MM UNIBA/II/2026	

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Saya yang bertandatangan di bawah ini,

Nama : BACHTIAR ALI MAHADI

NPM : 2024P20004

Judul Tesis : Kepuasan Nasabah Pengguna Aplikasi *Bima Mobile*
Ditinjau Dari Kualitas Layanan, Kelengkapan Fitur,
Kemudahan Penggunaan Dan Keamanan Transaksi

Dengan ini saya menyatakan bahwa tesis yang saya ajukan merupakan hasil karya saya sendiri yang belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar pada program magister ini ataupun program lainnya. Karya ini adalah milik saya, karena itu pertanggungjawaban sepenuhnya berada di pundak saya.

Surakarta, 19 Desember 2025

BACHTIAR ALI MAHADI

PERSEMBAHAN

1. Keluargaku tercinta yang telah memberikan semangat yang luar biasa selama penyusunan Tesis.
2. Teman-teman Angkatan 38 Program Pasca Sarjana Universitas Islam Batik Surakarta (UNIBA) yang telah berjuang bersama-sama untuk menyelesaikan perkuliahan.

HALAMAN MOTTO

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”

(Al-Insyirah : 6)

“Bermimpilah setinggi langit, jika engkau jatuh,
kau akan jatuh diantara bintang-bintang”

(Ir. Soekarno)

KATA PENGANTAR

Assalamu 'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah rabbil'alamiin, puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan banyak kenikmatan sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis dengan judul “Kepuasan Nasabah Pengguna Aplikasi *Bima Mobile* Ditinjau Dari Kualitas Layanan, Kelengkapan Fitur, Kemudahan Penggunaan Dan Keamanan Transaksi“. Shalawat serta salam penulis panjatkan untuk Nabi Muhammad SAW yang telah menjadi tauladan untuk umat islam menjalankan perintah-Nya dan menjauhi larangan-Nya.

Tesis ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Sains (M.Si) pada Program Studi Magister Ilmu Manajemen Universitas Islam Batik Surakarta. Tesis ini dapat terselesaikan tidak terlepas dari doa, bimbingan, kritik dan saran dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan rasa terima kasih yang mendalam dan tak terkira kepada:

1. Ipmawan Muhammad Iqbal, S.Ag., M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Batik Surakarta.
2. Dr. Suhendro, S.E., Ak., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Batik Surakarta.
3. Dr. Hj. Sudarwati, SE., MM., selaku dosen pembimbing pertama dan Dr. Sarsono, SE., M.Si., selaku dosen pembimbing kedua yang telah memberikan banyak perhatian, arahan dan bimbingan selama penulis menyelesaikan tesis.
4. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Magister Ilmu Manajemen Universitas Islam Batik Surakarta yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi

penulis.

5. Segenap civitas akademika Universitas Islam Batik Surakarta, atas segala bentuk bantuan dan dukungan yang diberikan kepada penulis.
3. Nasabah Bank pengguna aplikasi *Bima Mobile* yang telah bersedia menjadi responden dalam penelitian ini.
6. Rekan-rekan Mahasiswa Program Studi Magister Ilmu Manajemen Universitas Islam Batik Surakarta atas masukan, diskusi serta motivasi yang membangun dan semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu-persatu.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dan kesalahan dalam penyusunan tesis ini. Maka dari itu, penulis mengharapkan saran dan masukan yang bersifat membangun dari berbagai pihak sebagai bahan perbaikan dan penyempurnaan penulisan tesis ini. Semoga tesis ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak.

Wassallamu 'alaikum Wr. Wb

Surakarta, 10 Desember 2025

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN TESIS.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN TESIS	iii
LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI TESIS	iv
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TESIS	v
PERSEMBAHAN	vi
HALAMAN MOTTO	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
ABSTRAK	xvi
ABSTRACT.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Batasan Masalah	7
D. Tujuan Penelitian.....	7
E. Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10

A. Landasan Teori	10
1. Kausalitas.....	10
2. Kepuasan nasabah	11
3. Kualitas Layanan	15
4. Kelengkapan Fitur	19
5. Kemudahan Penggunaan	21
6. Keamanan Transaksi	24
7. Bank.....	28
B. Penelitian Terdahulu	29
C. Kerangka Pemikiran	37
D. Hipotesis	38
BAB III METODE PENELITIAN	40
A. Jenis Penelitian	40
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	40
C. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	40
D. Sumber Data	42
E. Variabel Penelitian.....	42
F. Teknik Pengumpulan Data.....	43
G. Teknik Pengukuran	44
H. Definisi Operasional Variabel dan Kisi-Kisi Instrumen.....	45
I. Uji Instrumen Penelitian	49
J. Uji Asumsi Klasik	50
K. Teknik Analisis Data	52

BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN ANALISA DATA.....	58
	A. Deskripsi Responden	58
	B. Hasil Uji Instrumen Penelitian	61
	1. Uji Validitas	61
	2. Uji Reliabilitas	64
	C. Hasil Uji Asumsi Klasik	65
	1. Uji Multikolinearitas	65
	2. Uji Heterokedastisitas	66
	3. Uji Normalitas	67
	D. Analisis Data.....	68
	1. Hasil Regresi Linear Berganda	68
	2. Uji Ketepatan Model (Uji F)	70
	3. Uji Hipotesis	71
	4. Uji Koefisien Determinasi	73
	E. Pembahasan	74
BAB V	KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN	79
	A. Kesimpulan	79
	B. Keterbatasan Penelitian	80
	C. Saran	80
	DAFTAR PUSTAKA	82
	LAMPIRAN.....	87

DAFTAR TABEL

Tabel II.1	Penelitian Terdahulu.....	30
Tabel III.1	Definisi Operasional Variabel dan Kisi-Kisi Instrumen	46
Tabel IV.1	Deskriptif Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin.....	58
Tabel IV.2	Distribusi Responden Menurut Pendidikan Terakhir	58
Tabel IV.3	Distribusi Responden Menurut Pekerjaan	59
Tabel IV.4	Distribusi Responden Menurut Umur	60
Tabel IV.5	Distribusi Responden Menurut Lama Penggunaan <i>Bima Mobile</i>	60
Tabel IV.6	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan (X1).....	61
Tabel IV.7	Hasil Uji Validitas Variabel Kelengkapan Fitur (X2).....	62
Tabel IV.8	Hasil Uji Validitas Variabel Kemudahan Penggunaan (X3).....	62
Tabel IV.9	Hasil Uji Validitas Variabel Keamanan Transaksi (X4)	63
Tabel IV.10	Hasil Uji Validitas Kepuasan nasabah (Y).....	64
Tabel IV.11	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	64
Tabel IV.12	Uji Multikolinearitas	66
Tabel IV.13	Uji Heteroskedastisitas	67
Tabel IV.14	Uji Normalitas	68
Tabel IV.15	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	69
Tabel IV.16	Hasil Uji F	71
Tabel IV.17	Rangkuman Hasil Uji Hipotesis	72
Tabel IV.18	Uji Koefisien Determinasi	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1	Kerangka Pemikiran	37
-------------	--------------------------	----

ABSTRAK

BACHTIAR ALI MAHADI, 2024P20004. Kepuasan Nasabah Pengguna Aplikasi Bima Mobile Ditinjau Dari Kualitas Layanan, Kelengkapan Fitur, Kemudahan Penggunaan Dan Keamanan Transaksi.

Tujuan penelitian ini untuk (1) menguji dan menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah pengguna aplikasi *Bima Mobile* (2) menguji dan menganalisis pengaruh kelengkapan fitur terhadap kepuasan nasabah pengguna aplikasi *Bima Mobile* (3) menguji dan menganalisis pengaruh kemudahan penggunaan terhadap kepuasan nasabah pengguna aplikasi *Bima Mobile* (4) menguji dan menganalisis pengaruh keamanan transaksi terhadap kepuasan nasabah pengguna aplikasi *Bima Mobile*. Objek penelitian adalah BPD Jateng Cabang Boyolali. Populasi adalah seluruh nasabah pengguna aplikasi *Bima Mobile*, jumlah sampel 100 responden dihitung dengan rumus *Leedy*, teknik pengambilan sampel menggunakan *Accidental Sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna aplikasi *Bima Mobile* (2) Kelengkapan fitur berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna aplikasi *Bima Mobile* (3) Kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna aplikasi *Bima Mobile* (4) Keamanan transaksi berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna aplikasi *Bima Mobile*.

Kata kunci: Kualitas Layanan, Kelengkapan Fitur, Kemudahan Penggunaan, Keamanan Transaksi, Kepuasan Nasabah

ABSTRACT

BACHTIAR ALI MAHADI, 2024P20004. Customer Satisfaction of Bima Mobile Application Users Reviewed from Service Quality, Feature Completeness, Ease of Use, and Transaction Security.

The purpose of this study is to (1) test and analyze the effect of service quality on customer satisfaction of Bima Mobile application users; (2) test and analyze the effect of feature completeness on customer satisfaction of Bima Mobile application users; (3) test and analyze the effect of ease of use on customer satisfaction of Bima Mobile application users; and (4) test and analyze the effect of transaction security on customer satisfaction of Bima Mobile application users. The research object is BPD Jateng Boyolali Branch. The population is all customers using the Bima Mobile application; the sample size is 100 respondents calculated using the Leedy formula; the sampling technique uses accidental sampling. The data collection technique uses a questionnaire. The data analysis technique uses multiple linear regression analysis.

The results of this study indicate that (1) Service quality influences customer satisfaction among Bima Mobile users (2) Feature completeness influences customer satisfaction among Bima Mobile users (3) Ease of use influences customer satisfaction among Bima Mobile users (4) Transaction security influences customer satisfaction among Bima Mobile users.

Keywords: Service Quality, Feature Completeness, Ease of Use, Transaction Security, Customer Satisfaction

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kepuasan pelanggan merupakan hasil dari perbandingan antara harapan konsumen dengan produk atau layanan yang didapat, Menurut (Kotler & Keller 2016). Jika layanan yang didapatkan sesuai atau melampaui ekspektasi dari pelanggan tersebut, maka pelanggan tersebut akan merasa puas. Sementara itu, Lovelock dan Wirtz (2016) mengungkapkan bahwa produk ataupun jasa harus dibuat dengan mempertimbangkan kebutuhan dan preferensi dari konsumen agar produsen dapat memenuhi keinginan pelanggan secara optimal. Hal tersebut penting karena di jaman yang penuh persaingan bisnis yang semakin kompetitif, kepuasan nasabah menjadi salah satu faktor penting yang menentukan keberhasilan suatu produk dan perusahaan, salah satunya di sektor jasa keuangan seperti perbankan. Perusahaan yang dapat mengerti dan dapat memenuhi harapan nasabah secara konsisten akan lebih mudah mempertahankan loyalitas dari nasabah serta dapat memperoleh nasabah baru. Kepuasan nasabah tidak hanya berdampak pada hubungan jangka pendek, tetapi juga berpengaruh terhadap *image* perusahaan dan pertumbuhan bisnis Perusahaan tersebut kedepan.

Perubahan perilaku konsumen yang sekarang ini semakin kritis dan selektif dalam memilih produk dan layanan yang akan digunakan, menuntut perusahaan untuk senantiasa meningkatkan kualitas produk ataupun pelayanannya. Dalam konteks industri perbankan misalnya, nasabah tidak

semata menilai dari produk apa yang ditawarkan, tetapi juga dari kualitas layanan, kemudahan akses, *responsivitas* dari petugas ketika melayani, hingga kenyamanan fasilitas yang disediakan oleh Bank. Hal tersebut menjadikan evaluasi terkait dengan tingkat kepuasan nasabah sebagai aspek yang penting untuk dipertimbangkan.

Seiring dengan perkembangan teknologi digital yang semakin maju dan berkembang, Manusia dituntut untuk terus bisa beradaptasi dengan hal tersebut. Perkembangan teknologi merupakan hal yang dapat mempengaruhi perilaku manusia dalam menjalani kehidupan sehari-hari, mulai dari penggunaan teknologi yang semakin *massive* untuk berbagai aktivitas, perubahan gaya hidup yang semakin cepat, dan kebutuhan terkait dengan transaksi keuangan yang praktis dan efisien. Hal tersebut membuat lembaga keuangan khususnya bank berusaha untuk senantiasa memberikan layanan dan fasilitas terbaik agar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan dari nasabahnya.

Bank Pembangunan Daerah Jawa Tengah pertama kali didirikan di Semarang berdasarkan Surat Persetujuan Menteri Pemerintah Umum & Otonomi Daerah No. DU 57/1/35 tanggal 13 Maret 1963 dan ijin usaha dari Menteri Urusan Bank Sentral No. 4/Kep/MUBS/63 tanggal 14 Maret 1963 sebagai landasan operasional Jawa Tengah. Operasional pertama dimulai tanggal 6 April 1963 dengan menempati Gedung Bapindo di Jl. Pahlawan No. 3 Semarang sebagai Kantor Pusat.

Tujuan didirikannya bank merupakan untuk mengelola keuangan daerah yakni sebagai pemegang Kas Daerah dan membantu meningkatkan ekonomi

daerah dengan cara memberikan kredit kepada pengusaha kecil. Bank Pembangunan Daerah Jawa Tengah merupakan Bank milik Pemerintah Provinsi Jawa Tengah bersama-sama dengan Pemerintah Kota/Kabupaten Se-Jawa Tengah. Bank yang sahamnya dimiliki oleh Pemerintah Provinsi dan Pemerintah Kabupaten / Kota se Jawa Tengah ini sempat mengalami beberapa kali perubahan bentuk badan usaha. Pada tahun 1969 melalui Peraturan Daerah Provinsi Jawa Tengah No. 3 Tahun 1969, menetapkan Bank Pembangunan Daerah Jawa Tengah sebagai Badan Usaha Milik Daerah (BUMD). Kemudian melalui Peraturan Daerah Provinsi Jawa Tengah No. 1 Tahun 1993, status badan usaha Bank berubah menjadi Perusahaan Daerah (Perusda).

Sampai akhirnya pada tahun 1999, berdasarkan Peraturan Daerah Provinsi Jawa Tengah No. 6 tahun 1998 dan akte pendirian No. 1 tanggal 1 Mei 1999 dan disahkan berdasarkan Keputusan Menteri Kehakiman Republik Indonesia No. C2.8223.HT.01.01 tahun 1999 tanggal 15 Mei 1999, Bank kemudian berubah menjadi Perseroan Terbatas. Pada tanggal 7 Mei 1999, PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Tengah mengikuti Program Rekapitalisasi Perbankan. Pada tanggal 7 Mei 2005, PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Tengah menyelesaikan program rekapitalisasi, disertai pembelian kembali kepemilikan saham yang dimiliki Pemerintah Pusat oleh Pemerintahan Provinsi Jawa Tengah dan Kabupaten / Kota se Jawa Tengah.

Seiring berkembangnya perusahaan dan untuk lebih menampilkan citra positif perusahaan terutama setelah lepas dari program rekapitalisasi, maka manajemen mengubah logo dan *call name* perusahaan yang merepresentasikan

wajah baru Bank Pembangunan Daerah Jawa Tengah. Berdasarkan Akta Perubahan Anggaran Dasar No.68 tanggal 7 Mei 2005 Notaris Prof. DR. Liliana Tedjosaputro dan Surat Keputusan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia No. C.17331 HT.01.04.TH.2005 tanggal 22 Juni 2005, maka nama sebutan (*call name*) PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Tengah berubah dari sebelumnya Bank BPD Jateng menjadi Bank Jateng.

Di era *digital* saat ini yang semakin berkembang, industri perbankan menghadapi tantangan untuk terus dapat beradaptasi dengan kemajuan teknologi. Salah satu inovasi utama dari adaptasi tersebut merupakan penggunaan aplikasi *mobile banking* yang dapat membantu nasabah untuk melakukan berbagai transaksi perbankan secara praktis, dimana saja dan kapan saja. *Mobile banking* telah menjadi solusi praktis dan modern bagi bank dalam rangka meningkatkan kualitas layanan kepada nasabah dan dapat dipergunakan sebagai alat untuk bersaing pada industri keuangan ditengah tuntutan nasabah akan kecepatan, kemudahan, dan keamanan transaksi.

Aplikasi *Bima Mobile* sendiri merupakan salah satu inovasi digital yang ditawarkan oleh Bank Jateng untuk memenuhi kebutuhan nasabahnya. Aplikasi ini dirancang dengan fitur yang cukup lengkap antara lain transfer sesama Bank Jateng, transfer antar Bank umum, pembayaran tagihan, pembelian pulsa telpon ataupun pulsa Listrik. Jumlah pengguna aplikasi Bima Mobile sendiri pada akhir tahun 2023 berjumlah sekitar 553.714 pengguna, dan pada tahun 2024–2025: meningkat menjadi lebih dari 806.692 pengguna *Bima Mobile* (Seputarbank.com). Selain itu, pertumbuhan penggunaan aplikasi ini juga

diikuti oleh peningkatan aktivitas transaksi. Frekuensi transaksi naik dari sekitar 2 juta menjadi hampir 34 juta transaksi per tahun. Nilai transaksi mencapai sekitar Rp32 triliun melalui aplikasi tersebut. Meski demikian, kepuasan nasabah terhadap penggunaan aplikasi ini dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor penting seperti kualitas layanan, kelengkapan fitur, kemudahan penggunaan, dan keamanan transaksi.

Kualitas layanan menjadi aspek utama yang mempengaruhi kepuasan nasabah. Kualitas layanan atau kualitas jasa berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk memenuhi harapan dari para pelanggan. Menurut Parasuraman (1988:23), Kualitas layanan merupakan refleksi persepsi evaluatif konsumen terhadap pelayanan yang diterima pada waktu tertentu. Kualitas pelayanan dapat ditentukan berdasarkan tingkat pentingnya dimensi pelayanan. Dalam konteks aplikasi *mobile banking*, kualitas layanan mencakup kecepatan akses, kemudahan penggunaan, keandalan sistem, dan responsivitas layanan kepada para pelanggan.

Kelengkapan fitur juga merupakan indikator yang penting untuk menentukan tingkat kepuasan nasabah. Para nasabah cenderung memilih aplikasi yang memiliki fitur lebih lengkap dan relevan dengan kebutuhan mereka. Menurut (Zeithaml *et al.* 2002), fitur yang sesuai dengan ekspektasi pengguna dapat meningkatkan persepsi yang positif terhadap layanan yang diberikan.

Kemudahan penggunaan merupakan faktor lain yang tidak kalah penting. Aplikasi yang memiliki antarmuka ramah pengguna (*user-friendly*) dengan navigasi yang intuitif akan memudahkan nasabah dalam menyelesaikan berbagai transaksi. (Davis,1989) melalui teori *Technology Acceptance Model* (TAM) menjelaskan bahwa persepsi kemudahan penggunaan teknologi akan memengaruhi sikap dan niat pengguna untuk terus menggunakan teknologi tersebut.

Selain itu, keamanan transaksi menjadi prioritas utama dalam layanan *digital banking*. Kepercayaan nasabah terhadap keamanan data pribadi dan finansial mereka menentukan kepuasan dan loyalitas dari nasabah itu sendiri. Menurut (Pavlou, 2003), perlindungan data pribadi dan sistem keamanan yang andal akan membangun kepercayaan pengguna terhadap layanan elektronik.

Melalui penelitian ini, penulis berharap dapat memberikan wawasan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah Bank Jateng yang menggunakan aplikasi *Bima Mobile*. Hasil analisa ini diharapkan dapat menjadi landasan bagi Bank Jateng untuk terus meningkatkan kualitas layanan digital demi memenuhi kebutuhan nasabah dan mempertahankan daya saing di industri perbankan di Indonesia.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah dijelaskan di atas, maka rumusan masalah yang akan difokuskan penulis dalam penelitian merupakan sebagai berikut:

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Aplikasi *Bima Mobile*?
2. Apakah kelengkapan fitur berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Aplikasi *Bima Mobile*?
3. Apakah kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Aplikasi *Bima Mobile*?
4. Apakah keamanan transaksi berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Aplikasi *Bima Mobile*?

C. Batasan Masalah

Agar penelitian ini tidak terlalu luas dan jelas ruang lingkupnya, maka dikemukakan pembatasan masalah penelitian sebagai berikut:

Kepuasan Nasabah Pengguna Aplikasi *Bima Mobile* Ditinjau dari Kualitas Layanan, Kelengkapan Fitur, Kemudahan Penggunaan dan Keamanan Transaksi.

1. Penelitian mengenai kepuasan nasabah pengguna aplikasi *Bima Mobile* ini dibatasi oleh beberapa variabel antara lain: kualitas layanan, kelengkapan fitur, kemudahan penggunaan dan keamanan transaksi.
2. Penelitian ini dilakukan kepada seluruh nasabah Bank Jateng yang menggunakan aplikasi *Bima Mobile*.

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, tujuan diadakan penelitian ini merupakan:

1. Untuk menganalisa dan menguji pengaruh kualitas layanan terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Aplikasi *Bima Mobile*.
2. Untuk menganalisa dan menguji pengaruh fitur terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Aplikasi *Bima Mobile*.
3. Untuk menganalisa dan menguji pengaruh kemudahan penggunaan terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Aplikasi *Bima Mobile*.
4. Untuk menganalisa dan menguji pengaruh keamanan transaksi terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Aplikasi *Bima Mobile*.

E. Manfaat Penelitian

Berikut ini merupakan manfaat penelitian dan pendapat ahli terkait kepuasan nasabah pengguna aplikasi *Bima Mobile* berdasarkan kualitas layanan, kelengkapan fitur, kemudahan penggunaan, dan keamanan transaksi:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Menambah literatur dalam kajian *customer satisfaction* atau kepuasan pelanggan di bidang perbankan digital, khususnya aplikasi *mobile banking*.
 - b. Mengembangkan pemahaman tentang faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan nasabah, seperti kualitas layanan, kelengkapan fitur, kemudahan penggunaan, dan keamanan transaksi.
2. Manfaat Praktis

Berikut merupakan manfaat praktis penelitian ini untuk Bank Jateng, Nasabah, *Developer* Teknologi, manfaat social & ekonomi dan juga manfaat bagi pembaca.

a. Bagi Bank Jateng

Penelitian ini dapat menjadi dasar bagi Bank Jateng untuk meningkatkan kualitas aplikasi *Bima Mobile* sesuai kebutuhan dan ekspektasi nasabah, sehingga mampu bersaing di industri digital perbankan.

b. Bagi Nasabah

Memberikan informasi terkait aspek-aspek yang menjadi perhatian dalam memilih aplikasi perbankan, yang pada akhirnya meningkatkan kepercayaan dan pengalaman pengguna.

c. Bagi *Developer* Teknologi

Memberikan masukan tentang pengembangan aplikasi *mobile banking* yang intuitif, aman, dan responsif terhadap kebutuhan pengguna.

d. Manfaat Sosial dan Ekonomi

Mendorong peningkatan adopsi layanan perbankan digital yang efisien dan aman, sehingga mendukung inklusi keuangan. Mengurangi ketergantungan pada layanan manual di cabang, menghemat waktu dan biaya bagi nasabah.

e. Bagi Pembaca

Sebagai bahan pertimbangan dalam menyusun penelitian serta menambah pengetahuan terkait analisis kepuasan nasabah pengguna aplikasi *Bima Mobile* berdasarkan kualitas layanan, kelengkapan fitur, kemudahan penggunaan, dan keamanan transaksi.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Kausalitas

Hubungan sebab akibat / hubungan kausal ialah hubungan keterkaitan atau ketergantungan dari dua realitas, konsep, gagasan, ide, atau permasalahan. Suatu kegiatan tidak dapat mengalami suatu akibat tanpa disertai sebab, atau sebaliknya suatu kegiatan tidak dapat menunjukkan suatu sebab bila belum mengalami akibat. Hubungan kausal (kausalitas) merupakan prinsip sebab-akibat yang menunjukkan bahwa eksistensi setiap kejadian dapat dijelaskan oleh sesuatu atau berbagai hal lain yang mendahuluinya (Supriadi, 2010, para. 1). Hubungan kausalitas antara satu variabel dengan variabel lainnya dapat diketahui dengan membandingkan probabilitas dengan nilai kritis yang digunakan dimana hipotesis nol (H_0) adalah tidak terdapat hubungan kausalitas dan hipotesis alternatifnya (H_a) adalah terdapat hubungan kausalitas.

Korelasi dan kausalitas merupakan dua hal yang berbeda. Ada perbedaan mendasar antara korelasi dan kausalitas. Hubungan kausalitas terjadi jika variable X mempengaruhi Y ($X \rightarrow Y$) atau variabel Y mempengaruhi variabel X ($Y \rightarrow X$) maupun variabel X mempengaruhi variabel Y dan variabel Y juga mempengaruhi variabel X ($X \leftrightarrow Y$). Jika kedua variabel diperlakukan secara simetris (nilai pengukuran tetap sama seandainya peranan variabel-variabel tersebut ditukar) maka meski kedua variabel

berkorelasi tidak dapat dikatakan mempunyai hubungan kausalitas. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa dua variabel yang berkorelasi belum tentu memiliki hubungan kausalitas.

Hubungan kausalitas antara dua variabel yang mungkin terjadi adalah sebagai berikut:

- a. Hubungan timbal balik antar dua variabel, dimana variabel X mempengaruhi variabel Y dan variabel Y mempengaruhi variabel X (*bidirectional causality*)
- b. Hubungan kausalitas satu arah, dimana variabel X mempengaruhi variabel Y atau variabel Y mempengaruhi variabel X (*unidirectional causality*).
- c. Tidak terjadi hubungan kausalitas anatar dua variabel apabila variabel X tidak mempengaruhi variabel Y dan variabel Y tidak mempengaruhi variabel X..

2. Kepuasan Nasabah

a. Pengertian Kepuasan Nasabah

Kepuasan berkaitan dengan kondisi atau perasaan seseorang yang menyenangkan, sebaliknya ketidakpuasan berkaitan dengan perasaan kecewa dan keluhan seseorang. Konsep kepuasan nasabah dalam penelitian ini mengacu definisi kepuasan pelanggan menurut Mowen & Minor (2019:89) “Kepuasan pelanggan adalah keseluruhan sikap yang ditunjukkan konsumen atas barang atau jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya”. Menurut Kotler (2018:36)

“Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya”.

Menurut Supranto (2018:233) kepuasan nasabah adalah tingkat perasaan seorang nasabah setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakannya dengan harapannya. Kepuasan nasabah adalah pengukuran atau indikator sejauh mana nasabah merasa senang dengan produk-produk atau jasa yang diterima, sehingga kepuasan nasabah dapat diartikan sebagai perbandingan antara harapan terhadap persepsi pengalaman yang dirasakan (Fatihudin & Firmansyah, 2019:206). Kepuasan atau tidakkepuasan nasabah adalah respon nasabah terhadap evaluasi ketidaksesuaian (diskonfirmasi) yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya (Tjiptono, 2017:146).

Kepuasan Nasabah merupakan tingkat pencapaian keseluruhan harapan nasabah (Gazi *et al.*, 2021), yang diukur dengan menentukan perbedaan antara keinginan layanan dan kinerja layanan yang sebenarnya. Kepuasan nasabah di sektor perbankan merupakan salah satu yang paling penting faktor untuk setiap lembaga keuangan, terutama untuk sektor perbankan. Bisnis perbankan tidak dapat menghasilkan keuntungan dan bertahan lama tanpa kepuasan nasabah (Rapitasari, 2016; Andriyani & Ardianto, 2020).

Disimpulkan bahwa kepuasan nasabah berkaitan dengan keadaan emosi (perasaan) yang positif atau negatif, hal ini diartikan pula bahwa suasana hati memberikan dampak pada kepuasan atau ketidakpuasan. Evaluasi nasabah atas jasa yang diterima apabila cenderung positif maka akan mempengaruhi keadaan suasana hati yang menyenangkan akibatnya nasabah akan merasakan kepuasan. Perbandingan antara kinerja dengan harapan juga akan mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah, apabila kinerja di bawah harapan, maka nasabah akan kecewa, apabila kinerja sesuai dengan harapan, pelanggan akan puas, sedangkan kinerja yang diterima nasabah melebihi harapan, nasabah akan merasa sangat puas. Persaingan industri perbankan yang semakin ketat, membuat nasabah lebih banyak menuntut dan kritis terhadap produk dan layanan yang berkualitas. Sejalan dengan hal tersebut kepuasan nasabah menjadi perhatian penting perusahaan untuk selalu diwujudkan dalam rangka mempertahankan pelanggan.

b. Indikator Kepuasan Nasabah

Menurut Indrasari (2019:87), beberapa indikator yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut:

1) Kualitas Produk

Konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

2) Kualitas Pelayanan

Terutama untuk industri jasa. Konsumen akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan.

3) Emosional

Pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi nilai sosial yang membuat pelanggan menjadi puas terhadap merek tertentu.

4) Harga

Penetapan harga secara lengkap sangat penting bagi perjalanan bisnis. Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya.

5) Biaya

Konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa itu dan konsumen tersebut tinggal merasakan manfaat yang didapat dari jasa yang didapatkan.

Firmanda & Lukiastuti (2021) mengemukakan bahwa indikator untuk mengukur kepuasan nasabah di sektor perbankan yaitu:

1) Kesenangan

Kesenangan menekankan bahwa konsumen merasa senang dengan produk yang digunakan.

2) Kebaruan

Kebaruan menekankan bahwa persepsi pelanggan terhadap sesuatu yang baru atau tidak biasa dari produk/layanan, baik dari sisi fitur, tampilan, maupun pengalaman penggunaan.

3) Kelegaan

Kelegaan menekankan bahwa perasaan lega yang muncul setelah pelanggan berhasil menyelesaikan suatu kebutuhan atau masalah melalui produk/layanan tersebut.

4) Kepuasan

Kepuasan menekankan bahwa evaluasi keseluruhan dari pengalaman menggunakan produk, ketika harapan pelanggan terpenuhi atau bahkan terlampaui.

5) Kejutan

Kejutan: Reaksi tidak terduga dari pelanggan karena adanya sesuatu yang melampaui ekspektasi, baik dalam bentuk layanan ekstra, kemudahan, atau bonus.

3. Kualitas Layanan

a. Pengertian Kualitas Layanan

Menurut Kotler (2018:49) kualitas adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya

untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat. Menurut Moenir (2015:27) layanan adalah merupakan serangkaian kegiatan, karena itu pelayanan juga merupakan suatu proses. Menurut Kotler & Armstrong (2017:244) kualitas layanan adalah suatu bentuk produk yang terdiri dari kegiatan, manfaat, atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apa pun. Menurut Indrasari (2019:61) kualitas layanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya. Layanan adalah aktivitas ekonomi yang mempunyai sejumlah elemen (nilai dan manfaat) *intangible* yang berkaitan dengannya, yang melibatkan sejumlah interaksi dengan konsumen/barang-barang milik dan tidak menghasilkan transfer kepemilikan (Payne, 2016:6).

Kualitas layanan dapat dinyatakan sebagai perbandingan antara layanan yang diharapkan pelanggan dengan layanan yang diterima, dengan kata lain ada dua faktor yang mempengaruhi kualitas jasa, yaitu *expected service* (jasa yang diharapkan) dan *perceived service* (jasa yang diterima). Layanan yang diterima atau dirasakan apabila sesuai dengan yang diharapkan pelanggan, maka kualitas jasa yang dipersepsikan cenderung baik dan memuaskan. Layanan yang diterima apabila melampaui harapan pelanggan maka kualitas layanan yang dipersepsikan sebagai kualitas *ideal*, sebaliknya jika layanan yang diterima lebih rendah dari apa yang diharapkan, maka kualitas jasa yang dipersepsikan

buruk. Kualitas layanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan itu sendiri merupakan penilaian menyeluruh pelanggan atas keunggulan suatu jasa (Rifa'i, 2019:28).

Berdasarkan uraian di atas disimpulkan, kualitas layanan adalah suatu tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh pihak penyedia jasa untuk memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Tingkat kualitas jasa yang dihasilkan oleh perusahaan dalam hal ini akan tergantung dari kinerja yang dihasilkannya. Kinerja yang dihasilkan perusahaan mampu memenuhi atau melebihi keinginan atau harapan pelanggan akan menimbulkan kepuasan bagi pelanggan.

b. Indikator Kualitas Layanan

Tjiptono (2017) menyatakan, pengukuran kualitas layanan pada awalnya terdapat sepuluh faktor utama yaitu:

- 1) *Reliability*, mencakup dua hal pokok, yaitu konsistensi kerja (*performance*) dan kemampuan untuk dipercaya. Hal ini berarti perusahaan memberikan jasanya secara tepat semenjak saat pertama. Selain itu juga berarti bahwa perusahaan yang bersangkutan memenuhi janjinya, misalnya menyampaikan jasanya sesuai jadwal yang disepakati.
- 2) *Responsiveness*, yaitu kemauan atau kesiapan para karyawan untuk memberikan jasa yang dibutuhkan pelanggan.

- 3) *Competence*, artinya setiap orang dalam suatu perusahaan memiliki ketrampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan agar dapat memberikan jasa tertentu.
- 4) *Access*, meliputi kemudahan untuk dihubungi dan ditemui.
- 5) *Courtesy*, meliputi sikap sopan santun, respek, perhatian, dan keramahan yang dimiliki para *contact personal* (seperti resepsionis, operator telepon dan lain-lain)
- 6) *Communication*, artinya memberikan informasi kepada pelanggan dalam bahasa yang dapat mereka pahami, serta selalu mendengarkan saran dan keluhan pelanggan.
- 7) *Credibility*, yaitu sifat jujur dan dapat dipercaya.
- 8) *Security*, yaitu aman dari bahaya, resiko, atau keragu-raguan. Aspek ini meliputi keamanan secara fisik, keamanan finansial dan kerahasiaan.
- 9) *Understanding/Knowing the Customer*, yaitu usaha untuk memahami kebutuhan pelanggan.
- 10) *Tangibles*, yaitu bukti fisik dari jasa, bisa berupa fasilitas fisik, peralatan yang digunakan, representasi fisik dari jasa.

Gerson *et al.*, (2025) menyatakan, dalam perkembangan selanjutnya, dari sepuluh dimensi kualitas layanan yang ada dapat dirangkum kedalam lima dimensi pokok yaitu:

- a. Kehandalan (*Reliability*), yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.

- b. Daya tanggap (*responsiveness*), yakni keinginan para staff untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
- c. Jaminan (*assurance*), mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya dan dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko, atau keragu-raguan.
- d. Empati (*empathy*), meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi dengan baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.
- e. Bukti langsung (*tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.

4. Kelengkapan Fitur

a. Pengertian Kelengkapan Fitur

Menurut Kotler & Keller (2016), fitur yang lengkap dan sesuai kebutuhan pelanggan dapat meningkatkan *perceived value*, yang merupakan salah satu pendorong utama kepuasan konsumen. Dalam konteks aplikasi *mobile banking*, fitur seperti transfer, pembayaran, dan laporan keuangan yang mudah diakses menjadi faktor krusial.

Fitur adalah unsur-unsur yang ada pada produk dan dianggap penting oleh konsumen bahkan bisa dijadikan sebagai dasar pengambilan keputusan, sedangkan kelengkapan fitur adalah indikator yang mengukur sejauh mana sebuah produk atau layanan memiliki semua fungsi atau karakteristik yang diharapkan oleh

konsumen, yang digunakan sebagai dasar untuk pengambilan keputusan pembelian. Hal ini mencakup ketersediaan semua fitur yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan spesifik pengguna atau untuk membedakan produk dari pesaing (Natalia & Ginting, 2020).

Kelengkapan fitur merujuk pada ketersediaan atribut atau kemampuan produk yang melengkapi fungsi dasar produk dan upaya untuk menjadi yang pertama dalam memenuhi kebutuhan pengguna. Hal ini merupakan salah satu dimensi penting dari fitur produk, di samping keragaman, kualitas, dan kepentingan fitur itu sendiri (Alfiana & Amri, 2023).

Kelengkapan fitur berkaitan dengan keunggulan ekstra di luar fungsi dasar produk misalnya, sebuah produk ponsel dilengkapi dengan fitur kamera ganda. Sedangkan karakteristik fitur layanan ialah kelengkapan jenis pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Adapun fitur-fitur yang terdapat pada layanan *mobile banking* meliputi layanan informasi antara lain saldo, tagihan kartu kredit, mutasi rekening, suku bunga, dan lokasi cabang/ATM terdekat, selain itu fitur layanan bertransaksi, seperti transfer, pembayaran tagihan, transfer dan berbagai fitur lainnya (Amalia & Hastriana, 2022).

b. Indikator Kelengkapan Fitur

Menurut Dwijulianti & Anggrainie (2023) terdapat empat indikator kelengkapan fitur, yaitu:

- 1) Kemudahan akses informasi tentang produk dan jasa

Kemudahan akses informasi tentang produk dan jasa, menekankan bahwa pengguna sistem atau aplikasi dapat dengan mudah menemukan dan memahami informasi terkait produk atau jasa yang ditawarkan.

2) Keberagaman layanan transaksi

Keberagaman layanan transaksi, menekankan bahwa sistem atau aplikasi menawarkan berbagai pilihan layanan untuk mempermudah pengguna dalam melakukan transaksi.

3) Keberagaman fitur

Keberagaman fitur, menekankan bahwa sistem atau aplikasi menyediakan berbagai macam fitur yang dapat membantu pengguna memenuhi kebutuhan transaksi mereka.

4) Inovasi produk

Inovasi produk, menekankan bahwa sistem atau aplikasi memperkenalkan fitur atau produk baru yang merupakan hasil inovasi, sehingga bisa menjadi nilai tambah dan pembeda dari pesaing.

5. Kemudahan Penggunaan

a. Pengertian Kemudahan Penggunaan

Teori yang melandasi konsep kemudahan penggunaan (*easy of use*) adalah Model Penerimaan Teknologi (*Technology Acceptance Model*) merupakan salah satu teori yang sangat memengaruhi dalam menjelaskan bagaimana individu menerima dan menggunakan sistem

teknologi informasi. Model TAM terdiri dari lima konstruk, meliputi *perceived usefulness* (kegunaan), *perceived ease of use* (kemudahan), *attitude toward using technology* (sikap), *behavioral intention to use* (niat perilaku), dan *actual technology use* (penggunaan teknologi sesungguhnya). *Perceived ease of use* mengukur sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan teknologi dapat dilakukan dengan sedikit usaha. Jika seseorang meyakini bahwa suatu sistem informasi mudah digunakan, maka kecenderungan besar bahwa dia akan menggunakannya. Sebaliknya, jika ada persepsi bahwa sistem informasi tersebut sulit digunakan, maka kemungkinan besar pengguna tidak akan mengadopsinya (Maulana & Zoraya, 2024).

Kemudahan penggunaan sistem aplikasi *mobile banking* menurut menurut Alfiana & Amri (2023) adalah keadaan dimana seorang nasabah menganggap bahwa suatu sistem dapat dengan mudah dipahami dan digunakan. Kemudahan dalam penggunaan *mobile banking* juga merujuk pada kemampuan nasabah untuk melakukan berbagai transaksi perbankan secara praktis, kapan saja, dan di mana saja menggunakan *smartphone*, tanpa perlu datang ke bank. Hal ini karena *mobile banking* menyediakan menu-menu yang mudah diakses pada aplikasi, sehingga nasabah tidak perlu mengunjungi ATM/cabang bank untuk urusan finansial sehari-hari.

Natalia & Ginting (2020) menyatakan, kemudahaan penggunaan suatu sistem didefinisikan sebagai keyakinan pengguna (*user*) akan

kemudahan penggunaan, yaitu tingkatan dimana *user* percaya bahwa teknologi atau sistem tersebut dapat digunakan dengan mudah dan bebas dari masalah. Kemudahan penggunaan suatu sistem jika semakin tinggi keterlibatan *user* untuk menggunakan dan berinteraksi dengan sistem.

Pengertian kemudahan penggunaan suatu sistem menurut Utami *et al.*, (2024) berkaitan dengan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) yaitu keputusan seseorang untuk menggunakan sistem didasarkan pada kepercayaan bahwa sistem yang akan digunakan mudah penggunaannya. Kemudahan penggunaan mengarah pada seseorang yang percaya terhadap penggunaan sistem tertentu akan bebas dari usaha berlebih. Apabila seseorang beranggapan terkait penggunaan sistem *mobile banking*, orang tersebut akan menggunakannya. Apabila seseorang tidak percaya dan beranggapan penggunaan sistem *mobile banking* sulit digunakan, orang tersebut tidak akan menggunakannya. Misalnya, kemudahan penggunaan suatu sistem pembayaran *E-money* akan dapat mempengaruhi seseorang dalam menggunakannya untuk kegiatan sehari-hari dalam belanja *online*.

Menurut Nasikah & Fuadi (2022) kemudahan penggunaan sebuah sistem didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha dan akan berdampak pada perilaku, yaitu semakin tinggi persepsi seseorang tentang kemudahan memakai sistem, meningkat juga tingkat pemanfaatan teknologi informasi. Wilson *et al.*, (2021) mengemukakan

bahwa persepsi kemudahan penggunaan merupakan penilaian yang dilakukan oleh konsumen atau publik terkait usaha atau waktu yang dibutuhkan untuk mempelajari dan menggunakan teknologi baru, Dimana penilaian tersebut dapat bersifat positif atau negatif.

b. Indikator Kemudahan Penggunaan

Menurut Utami *et al.*, (2024) indikator-indikator untuk mengukur kemudahan penggunaan *mobile banking* terdiri dari:

- 1) Mudah dipelajari (*easy to learn*), suatu aplikasi harus mudah untuk dipelajari sehingga pengguna mampu dengan mudah beradaptasi atau memahami aplikasi tersebut.
- 2) Jelas dan dimengerti (*clear and understandable*), suatu aplikasi harus jelas dan sapat dimengerti, sehingga pengguna mudah untuk menguasai penggunaan aplikasi tersebut.
- 3) Fleksibel (*flexibel*), suatu aplikasi haruslah fleksibel, artinya aplikasi dapat disesuaikan dan digunakan kapan pun dan dimana pun sesuai dengan keinginan pengguna.
- 4) Dapat dikendalikan (*controllable*), suatu aplikasi harus mudah dikendalikan atau dikontrol, artinya aplikasi dapat digunakan sesuai kebutuhan pengguna.

6. Keamanan Transaksi

a. Pengertian Keamanan Transaksi

Keamanan transaksi (*transaction security*) merupakan salah satu aspek paling krusial dalam sistem informasi digital. Dalam konteks

aplikasi *mobile banking*, keamanan transaksi menjadi elemen fundamental yang menentukan kepercayaan dan kepuasan pengguna (Handinisari *et al.*, 2023). Definisi keamanan transaksi adalah suatu bentuk sistem penjagaan atau pencegahan agar tidak terjadi penipuan dalam bertransaksi. Perusahaan yang menerapkan sistem layanan digital perlu menjamin keamanan nasabah dalam bertransaksi, sehingga keamanan transaksi adalah bagaimana dapat mencegah penipuan (*cheating*) atau paling tidak mendeteksi adanya penipuan di sebuah sistem yang berbasis informasi, dimana informasinya sendiri tidak memiliki arti fisik (Jayadi *et al.*, 2024).

Wahyuningsih & Nirawati (2022) menyatakan bahwa keamanan dompet digital berkaitan dengan kemampuan sistem untuk mencegah dan mendeteksi upaya penipuan, meskipun informasi yang diproses tidak memiliki bentuk fisik. Tingginya nilai sebuah informasi menjadikan perlindungan data sebagai prioritas utama dalam pengembangan sistem e-wallet. Dompet digital sendiri merupakan instrumen transaksi elektronik yang berada di bawah pengawasan Otoritas Jasa Keuangan (OJK).

Definisi *security* atau keamanan dalam konteks sistem *online shop* adalah kemampuan toko *online* dalam melakukan pengontrolan dan penjagaan keamanan atau transaksi data. Jaminan keamanan berperan penting dalam pembentukan kepercayaan dengan mengurangi perhatian konsumen tentang penyalahgunaan data pribadi dan transaksi

data yang mudah rusak. Ketika level jaminan keamanan dapat diterima dan bertemu dengan harapan konsumen, maka konsumen mungkin akan bersedia membuka informasi pribadinya dan akan membeli dengan perasaan aman (Sugiyanto *et al.*, 2021).

Aplikasi *e-wallet* sebagian besar telah dilengkapi dengan sistem keamanan berlapis, seperti penggunaan PIN, password, dan autentikasi dua langkah. Fitur-fitur tersebut tidak hanya menjaga kerahasiaan dan integritas data, tetapi juga mencegah akses tidak sah dari pihak luar. Dengan demikian, sistem keamanan yang kuat dan andal dapat memberikan rasa aman bagi pengguna dan berkontribusi langsung terhadap loyalitas terhadap platform. Keamanan transaksi juga mencakup jaminan terhadap kerahasiaan informasi pribadi, integritas data transaksi, serta proteksi dari penyalahgunaan. Ketika pengguna merasa bahwa sistem mampu menjaga keamanan transaksi, mereka akan lebih percaya untuk memberikan informasi sensitif dan melakukan transaksi secara nyaman. Oleh karena itu, persepsi terhadap keamanan menjadi aspek krusial dalam membentuk rasa aman pengguna terhadap sistem keuangan digital (Febrianah, 2022).

Dalam konteks layanan keuangan digital seperti *e-wallet* maupun perbankan *daring*, keamanan transaksi mencakup aspek kerahasiaan informasi serta pengelolaan risiko keselamatan pengguna saat bertransaksi secara daring. Persepsi pengguna terhadap keamanan transaksi sangat dipengaruhi oleh sejauh mana sistem dapat menjamin

bahwa data mereka tetap rahasia dan tidak disalahgunakan, sehingga keamanan transaksi berkaitan dengan kerahasiaan atau privasi dan jaminan keamanan dari pihak penyedia layanan (Djaja *et al.*, 2022)

b. Indikator-indikator

Dwijulianti & Anggrainie (2023) mengemukakan bahwa indikator untuk mengukur keamanan transaksi adalah:

1) Kerahasiaan data (*Confidentiality*)

Kerahasiaan data yaitu memastikan bahwa data transaksi (seperti nomor kartu kredit, detail bank, atau informasi pribadi) hanya dapat diakses oleh pihak yang berwenang (misalnya, pembeli, penjual, dan bank yang memproses), hal ini dapat mencegah penyadapan oleh pihak ketiga yang tidak sah.

2) Keutuhan data (*Integrity*)

Keutuhan data yaitu memastikan bahwa data transaksi tidak diubah secara tidak sah selama transmisi atau penyimpanan. Misalnya, memastikan jumlah uang yang ditransfer tidak berubah dari Rp 100.000 menjadi Rp 1.000.000 dalam perjalanan dari pembeli ke penjual.

3) Ketersediaan data (*Availability*)

Ketersediaan data yaitu memastikan bahwa sistem dan data transaksi dapat diakses dan digunakan oleh pengguna yang sah saat dibutuhkan. Hal ini berarti *platform* pembayaran harus selalu *online* dan berfungsi dengan baik.

7. Bank

a. Pengertian Bank

Bank menurut Undang-Undang nomor 10 tahun 1998 tentang perbankan, disebutkan bahwa bank merupakan badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat (Bank Indonesia, 1998). Sedangkan menurut Kasmir (2014:11), “Bank merupakan lembaga keuangan yang fungsi utamanya merupakan sebagai perantara keuangan (*financial intermediary*) antara pihak yang kelebihan dana (*surplus fund*) dan pihak yang kekurangan dana (*deficit fund*).”

b. Fungsi dan Peran Bank

Bank memiliki berbagai fungsi yang vital dalam perekonomian suatu negara, antara lain:

- 1) Fungsi Intermediasi: Menghimpun dan menyalurkan dana.
- 2) Menciptakan Uang Giral: Melalui mekanisme simpanan dan pinjaman.
- 3) Mendukung Sistem Pembayaran: Seperti melalui kartu debit, internet banking, dan transfer antarbank.
- 4) Sebagai Agen Pembangunan: Mendorong pertumbuhan ekonomi melalui penyaluran kredit produktif.

Menurut Siamat (2004), bank juga berperan sebagai lembaga yang menciptakan likuiditas dan efisiensi pasar keuangan.

c. Jenis-Jenis Bank

Bank dapat diklasifikasikan berdasarkan fungsinya, yaitu:

- 1) Bank Umum: Memberikan layanan perbankan secara umum dan luas (misalnya Bank Jateng, BRI, BCA, Mandiri).
- 2) Bank Perkreditan Rakyat (BPR): Melayani pembiayaan mikro dan tidak diperkenankan menerima simpanan giro maupun melakukan kegiatan valas.

Selain itu, bank juga dapat dibedakan berdasarkan kepemilikan (swasta, pemerintah, asing) dan operasional (konvensional vs syariah).

d. Produk dan Layanan Bank

Produk dan layanan bank mencakup dua kategori utama:

- 1) Produk Penghimpunan Dana (*Funding*): Tabungan, giro, deposito.
- 2) Produk Penyaluran Dana (*Lending*): Kredit konsumtif, kredit produktif, dan pembiayaan lainnya.

Perkembangan teknologi juga telah mendorong layanan digital banking, seperti *mobile banking*, *internet banking*, dan layanan tanpa kantor (*branchless banking*).

B. Penelitian Terdahulu

Hasil penelitian terdahulu yang dapat dijadikan pertimbangan peneliti dalam membuktikan dan menjawab permasalahan yang diajukan, antara lain:

Tabel II.1
Penelitian Terdahulu

No	Judul, Nama Peneliti, Tahun	Metode	Hasil
1.	Pengaruh Kualitas Layanan <i>Mobile Banking</i> terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank BUMN di Makassar. (Akob & Sukarno, 2022)	1. Penelitian kuantitatif. 2. Populasi dari penelitian tersebut merupakan seluruh nasabah pengguna <i>Mobile Banking</i> Bank BUMN di Makassar. 3. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 120 nasabah. 4. Menggunakan teknik <i>purposive sampling</i> .	1. Layanan <i>mobile banking</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. 2. Kualitas layanan <i>mobile banking</i> juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. 3. Kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. 4. Kualitas layanan <i>mobile banking</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah sebagai <i>variable intervening</i> .
2.	Pengaruh Kualitas Layanan <i>Mobile Banking</i> Terhadap Kepuasan Nasabah di PT. Bank Sumut. (Tanjung & Annur, 2023)	1. Menggunakan metode kuantitatif. 2. Populasi dari penelitian tersebut merupakan seluruh nasabah PT. Bank Sumut. 3. Teknik pengambilan data yang digunakan merupakan observasi dan kuesioner. 4. Sampel populasi yang digunakan berjumlah 90 responden.	1. <i>Responsiveness</i> dikatakan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Sumut. 2. <i>Reliability</i> tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Sumut. 3. <i>Assurance</i> dapat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada Bank Sumut.
3.	Analisis Pengaruh Kualitas Layanan <i>Mobile Banking</i> Terhadap	1. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kausalitas.	1. <i>Efficiency</i> tidak berpengaruh signifikan

No	Judul, Nama Peneliti, Tahun	Metode	Hasil
	Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Jember. (Pramesti <i>et al.</i> ,2023)	2. Populasi dari penelitian tersebut merupakan Seluruh nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Jember. 3. Sampel dalam penelitian ini yaitu nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) sebanyak 126 responden. 4. Data dikumpulkan melalui kuesioner	terhadap kepuasan nasabah. 2. <i>Reliability</i> tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah 3. <i>Fullfilment</i> berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah. 4. <i>Privacy</i> berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah.
4.	Pengaruh Kualitas Layanan Livin by Mandiri Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah PT Bank Mandiri di Banjarmasin Pada Masa Pandemi Covid-19. (Januarti & Suyatno, 2022)	1. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif atau paradigma <i>positivistic</i> . 2. Populasi dari penelitian tersebut merupakan nasabah Bank Mandiri di Banjarmasin, 3. Sampel Populasi berjumlah 225 orang yang merupakan Pengguna Aplikasi <i>Livin by Mandiri</i> . 4. Teknik pengambilan data yang digunakan merupakan observasi dan kuesioner.	1. kualitas layanan Livin by Mandiri berpengaruh (positif) signifikan terhadap kepuasan nasabah. 2. Kepuasan nasabah berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah pengguna aplikasi <i>Livin by Mandiri</i> dari PT Bank Mandiri di Banjarmasin. 3. Kepuasan nasabah memiliki pengaruh mediasi positif signifikan terhadap pengaruh kualitas layanan Livin by Mandiri terhadap loyalitas nasabah pengguna aplikasi <i>Livin by Mandiri</i> dari PT Bank Mandiri di Banjarmasin
5.	Pengaruh <i>E-Service Quality</i> , <i>E-Trust</i> , Kelengkapan Fitur, Kemudahan	1. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini merupakan <i>Non-</i>	1. <i>E-Service Quality</i> , <i>E-Trust</i> , kelengkapan fitur, kemudahan

No	Judul, Nama Peneliti, Tahun	Metode	Hasil
	Penggunaan, Keamanan Data, dan Persepsi Manfaat Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi <i>Mobile JKN</i>. (Anggrainie & Dwijulianti, 2023)	<i>Probability Sampling</i> dengan teknik <i>Puposive Sampling</i>. 2. Populasi dari penelitian tersebut merupakan Pengguna Aplikasi <i>Mobile JKN</i> 3. Data valid yang berhasil dikumpulkan sebanyak 210 responden. 4. Teknik pengambilan data yang digunakan merupakan observasi dan kuesioner	penggunaan, keamanan data, dan persepsi manfaat memiliki pengaruh secara parsial terhadap kepuasan peserta. 2. <i>E-Service Quality, E-Trust</i>, kelengkapan fitur, kemudahan penggunaan, keamanan data, dan persepsi manfaat berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan peserta.
6.	Pengaruh Kualitas Layanan, Fitur Layanan Aplikasi dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa <i>Maxim Bike</i> dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi di Kota Padang. (Hapizah & Yeni, 2022)	1. Metode penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan penelitian eksplanatori. 2. Populasi dari penelitian tersebut merupakan pelanggan <i>Maxim Bike</i> di Kota Padang 3. Sampel Penelitian berjumlah 120 Responden. 4. Teknik pengambilan data yang digunakan merupakan observasi dan kuesioner	1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas dan tarif layanan memiliki dampak yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. 2. Dampak kualitas layanan dan tarif loyalitas pelanggan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. 3. Fitur layanan aplikasi tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan <i>Maxim Bike</i>.
7.	Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kredibilitas dan Kegunaan terhadap Loyalitas Pengguna <i>BNI Mobile Banking</i> dengan Kepuasan Sebagai Variabel <i>Intervening</i>.	1. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. 2. Populasi dari penelitian tersebut merupakan Pengguna <i>BNI Mobile Banking</i>	1. Persepsi kemudahan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas 2. Kepuasan tidak memediasi pengaruh antara persepsi

No	Judul, Nama Peneliti, Tahun	Metode	Hasil
	(Sandy & Bharata, 2024)	3. Sampel berjumlah sebanyak 100 responden. 4. Menggunakan metode <i>simple random sampling</i> .	kemudahan terhadap loyalitas pengguna. 3. Persepsi kredibilitas dan kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pengguna. 4. Selain itu kepuasan berperan memediasi persepsi kredibilitas dan kegunaan terhadap loyalitas pengguna.
8.	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kemudahan Transaksi dan Fitur Produk Terhadap Kepuasan Nasabah dalam Penggunaan BSI <i>Mobile Banking</i> . (Hidayah <i>et al.</i> , 2022)	1. Penelitian ini dilakukan berdasarkan pendekatan kuantitatif dengan metode penelitian kausal (<i>Causal Study</i>) 2. Populasi dari penelitian tersebut merupakan Nasabah Pengguna BSI <i>Mobile Banking</i> 3. Responden dalam penelitian ini berjumlah 86 orang. 4. Teknik pengambilan data yang digunakan merupakan observasi dan kuesioner.	1. Kualitas Pelayanan berpengaruh negatif terhadap Kepuasan Nasabah. 2. Kemudahan transaksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. 3. Fitur Produk yang tersedia pada BSI <i>Mobile Banking</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. 4. Kualitas Pelayanan, Kemudahan Transaksi dan Fitur Produk berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Nasabah dalam Penggunaan BSI <i>Mobile Banking</i> .
9.	Analisis Peran Mediasi Kepuasan Nasabah pada Hubungan <i>Digital Marketing</i> dan Brand Loyalty pada Bank Jateng Cabang Wonosobo	1. Metode yang digunakan merupakan survey deskriptif 2. Populasi dari penelitian tersebut merupakan nasabah	1. Digital marketing mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap <i>brand loyalty</i> . 2. Digital marketing mempunyai pengaruh

No	Judul, Nama Peneliti, Tahun	Metode	Hasil
	(Firmanda & Lukiastuti, 2021)	Bank Jateng Wonosobo. 3. Metode analisis menggunakan Structural Equation Model (SEM) PLS.	yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah 3. Kepuasan nasabah mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap <i>brand loyalty</i> . 4. Kepuasan nasabah mampu memediasi hubungan digital marketing dengan <i>brand loyalty</i> .
10.	Pengaruh <i>Mobile Banking</i> terhadap Kepuasan Nasabah Bank dalam Transaksi Sehari-Hari. (Hernandez & David, 2022)	1. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. 2. Populasi dari penelitian tersebut merupakan pengguna <i>Mobile Banking</i> Bank XYZ. 3. Responden dalam penelitian ini berjumlah 100 orang. 4. Teknik pengambilan data yang digunakan merupakan kuesioner.	1. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, 2. Kualitas informasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah 3. Kualitas sistem berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. 4. Sedangkan dalam hasil uji F-test menunjukkan bahwa secara bersama-sama variabel kualitas layanan, kualitas informasi dan kualitas sistem berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.
11.	Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Tingkat Kepuasan	1. Metode yang digunakan dengan analisis kuantitatif. 2. Populasi dari penelitian tersebut	1. Persepsi Kemudahan (X2), Fitur Layanan (X3), dan Kepercayaan (X4) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Tingkat

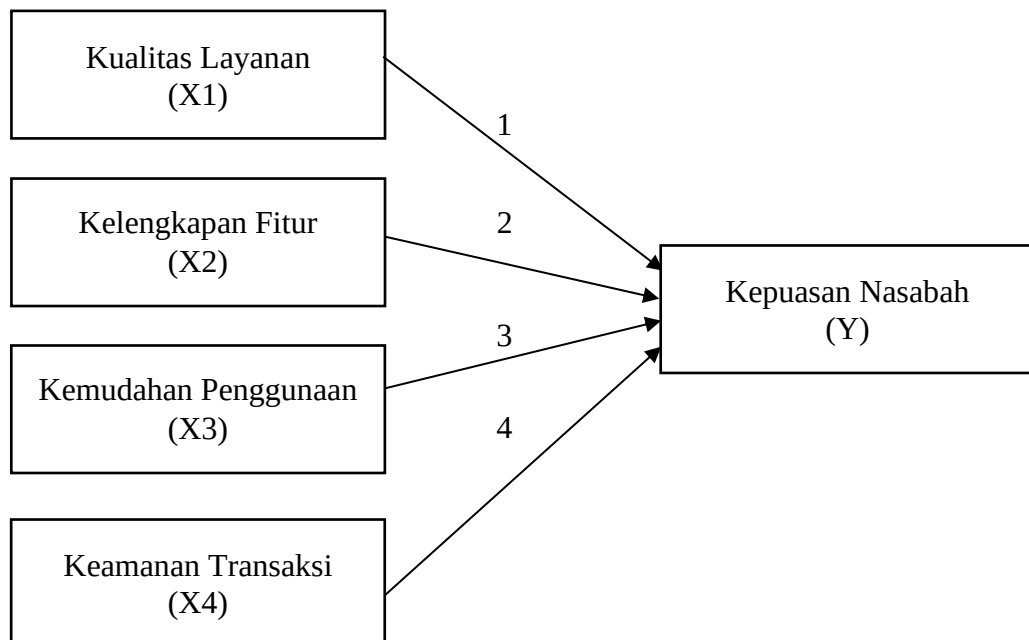
No	Judul, Nama Peneliti, Tahun	Metode	Hasil
	Pelanggan <i>Linkaja</i> di Indonesia. (Meileny & Wijaksana, 2020)	merupakan Pelanggan <i>Linkaja</i> di Indonesia. 3. Sampel yang diambil merupakan 100 responden 4. Teknik yang digunakan dengan teknik <i>non probability sampling</i>.	Kepuasan Pelanggan (Y) <i>LinkAja</i> di Indonesia baik secara parsial maupun simultan. 2. Hasil lain menunjukkan pula variabel yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan <i>LinkAja</i> di Indonesia merupakan variabel kepercayaan.
12.	<i>The Role of Perceived Usefulness and Perceived Ease-of-Use Toward Satisfaction and Trust which Influence Computer Consumers' Loyalty in China.</i> Wilson <i>et al</i> (2021)	1. Metode yang digunakan dengan analisis kuantitatif. 2. Populasi dari penelitian tersebut merupakan pengguna Komputer di Tiongkok. 3. Sampel yang diambil merupakan 400 responden 4. Teknik yang digunakan dengan teknik <i>random sampling</i>	Manfaat yang dirasakan dan kemudahan penggunaan yang dirasakan memiliki dampak positif pada loyalitas pelanggan, baik secara langsung, maupun tidak langsung terhadap kepuasan dan kepercayaan pelanggan.
13.	Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan Keamanan, dan Fitur <i>M-Banking</i> terhadap Kepuasan Nasabah dalam Bertransaksi pada Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus BSI KCP Sumenep. (Amalia & Hastriana, 2022)	1. Penelitian ini merupakan penelitian survei dengan pendekatan kuantitatif. 2. Populasi dari penelitian tersebut merupakan nasabah BSI KCP Sumenep. 3. Sampel penelitian sebanyak 100 responden. 4. Teknik pengambilan data yang digunakan merupakan kuesioner.	Kemanfaatan, kemudahan, fitur dan keamanan m-banking berpengaruh positif dan signifikan baik secara parsial dan simultan terhadap kepuasan nasabah dalam Bertransaksi pada Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus BSI KCP Sumenep.

No	Judul, Nama Peneliti, Tahun	Metode	Hasil
14.	Pengaruh Keamanan, Kenyamanan, Kualitas Layanan dan Fitur Aplikasi <i>Mobile Banking</i> Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah. (Khotijah et al., 2023)	1. Penelitian ini menggunakan statistik deskriptif dan metode pendekatan kuantitatif 2. Populasi dari penelitian tersebut merupakan nasabah Bank Syariah. 3. Sampel Penelitian berjumlah 98 Responden. 4. Teknik pengambilan data yang digunakan merupakan kuesioner.	Keamanan, kenyamanan, kualitas layanan, fitur aplikasi berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna <i>Mobile Banking</i>.
15.	Analisis Tingkat Kepercayaan Nasabah pada Keamanan Transaksi Perbankan Melalui <i>Mobile Banking (M-Banking)</i>. (Sitanggang et al., 2024)	1. Metode kuantitatif digunakan dalam penelitian. 2. Populasi dari penelitian tersebut merupakan pengguna <i>M-Banking</i> di Indonesia. 3. Sampel penelitian sebanyak 71 nasabah. 4. Teknik pengambilan data yang digunakan merupakan kuesioner.	Analisis data menunjukkan bahwa persepsi keamanan secara signifikan memengaruhi keputusan nasabah untuk tetap menggunakan layanan <i>Mobile Banking (M-Banking)</i>.
16.	Pengaruh Efisiensi, Keamanan dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan <i>Mobile Banking</i> (Studi pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Ulee Kareng Banda Aceh). (Mukhtisar et al., 2021)	1. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif 2. Populasi dari penelitian tersebut merupakan Nasabah Bank Syariah Mandiri Ulee Kareng Banda Aceh 3. Teknik pengumpulan data melalui penyebaran koesioner 4. Jumlah Sampel penelitian ini	1. Efisiensi dan kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah bertransaksi menggunakan <i>Mobile Banking</i>. 2. Keamanan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah bertransaksi menggunakan <i>Mobile Banking</i>. 3. Efisiensi, keamanan dan kemudahan

No	Judul, Nama Peneliti, Tahun	Metode	Hasil
		merupakan 100 responden.	berpengaruh terhadap minat nasabah bertransaksi menggunakan <i>Mobile Banking</i> .

C. Kerangka Pemikiran

Untuk Mempermudah pemahaman dalam melakukan penelitian ini, maka dapat dibuat kerangka penelitian teoritis yang menunjukkan Analisis Kepuasan Nasabah Pengguna Aplikasi *Bima Mobile* Ditinjau dari Kualitas Layanan, Kelengkapan Fitur, Kemudahan Penggunaan Dan Keamanan Transaksi yang digambarkan sebagai berikut.



Gambar II.1
Kerangka Pemikiran

Keterangan:

1. (Akob & Sukarno, 2022), (Tanjung & Annur, 2023), (Pramesti *et al.*, 2023) & (Januarti & Suyatno, 2022).
2. (Anggrainie & Dwijulianti, 2023), Wilson *et al* (2021), (Khotijah *et al.*, 2023) & (Hapizah & Yeni, 2022).
3. (Sandy & Bharata, 2024), (Hidayah *et al.*, 2022), Wilson *et al* (2021) & (Anggrainie & Dwijulianti, 2023).
4. (Amalia & Hastriana, 2022) (Khotijah *et al.*, 2023), (Sitanggang *et al.*, 2024) & (Mukhtisar *et al.*, 2021).

D. Hipotesis

1. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah pengguna *Bima Mobile*

Kualitas produk merupakan keseluruhan gabungan karakteristik produk dan jasa dari pemasaran, rekayasa, pembuatan dan pemeliharaan yang membuat produk dan jasa yang digunakan memenuhi harapan pelanggan (Feigenbaum, 1992). Parasuraman, Zeithaml & Berry (1988) melalui model SERVQUAL, menyatakan bahwa dimensi kualitas layanan seperti *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibles* secara signifikan memengaruhi kepuasan pelanggan. Penelitian oleh Tjiptono (2015) juga menegaskan bahwa kualitas layanan menjadi faktor utama yang memengaruhi persepsi dan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan, diajukan hipotesis sebagai berikut :

H1: Kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna *Bima Mobile*.

2. Pengaruh Kelengkapan Fitur terhadap Kepuasan Nasabah pengguna Bima *Mobile*.

Kelengkapan fitur merupakan factor yang menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih suatu produk. Dalam *Technology Acceptance Model* (TAM), *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* dipengaruhi oleh bagaimana fitur bekerja. Kelengkapan fitur membuat sistem lebih berguna dan efisien digunakan, yang pada akhirnya meningkatkan kepuasan. Laukkanen (2007) – *Mobile Banking Adoption* Penelitian ini menunjukkan bahwa fitur-fitur lengkap pada aplikasi *mobile banking* seperti cek saldo, transfer, dan pembayaran meningkatkan kepuasan serta kepercayaan pengguna.

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan, diajukan hipotesis sebagai berikut :

H2: Kelengkapan fitur berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna *Bima Mobile*.

3. Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Kepuasan Nasabah pengguna *Bima Mobile*.

Kemajuan teknologi informasi telah mengalami pertumbuhan yang pesat setiap tahunnya. Pengguna teknologi informasi saat ini menikmati berbagai fasilitas, kemudahan dan manfaat yang ditawarkan oleh perkembangan tersebut (Ayu Purwati, 2021) Pada era masa globalisasi sekarang, suatu teknologi informasi menjadi cukup dominan yang sulit untuk dipisahkan dalam sektor kehidupan.

Dalam *Technology Acceptance Model* (TAM), *Perceived Ease of Use* (PEOU) merupakan salah satu faktor utama yang memengaruhi kemudahan penggunaan suatu produk. *Perceived Usefulness* (PU) adalah persepsi bahwa sistem yang digunakan bermanfaat. *Behavioral Intention to Use* (BI) adalah niat untuk menggunakan. *User Satisfaction* adalah hasil akhir dari pengalaman menggunakan system.

Menurut Alalwan *et al.* (2017) Dalam studi mengenai *mobile banking* di Yordania, ditemukan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan adopsi layanan digital.

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan, diajukan hipotesis sebagai berikut :

H3: Kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna *Bima Mobile*.

4. Pengaruh Keamanan Transaksi terhadap Kepuasan Nasabah pengguna *Bima Mobile*.

Keamanan transaksi dalam layanan perbankan digital seperti *Bima Mobile* merujuk pada upaya dan sistem yang disediakan oleh bank untuk melindungi data pribadi nasabah, menjaga kerahasiaan transaksi, serta mencegah akses ilegal atau penipuan saat nasabah melakukan aktivitas finansial melalui aplikasi. Keamanan ini meliputi (a) Penggunaan PIN, OTP (*One-Time Password*), atau autentikasi biometrik (sidik jari/wajah); (b) Enkripsi data dan sistem keamanan server; (c) Notifikasi *real-time* untuk

setiap transaksi; (d) Tindakan cepat terhadap pelaporan penyalahgunaan akun.

Perceived security (persepsi keamanan) merupakan determinan utama dalam membangun *trust*, yang kemudian berdampak pada *user satisfaction* dan *intention to use* (Kim, Tao & Shin, 2009). Dalam konteks pemasaran digital, keamanan informasi dianggap sebagai bagian dari strategi mitigasi risiko yang mendukung kepuasan dan loyalitas konsumen, (Kotler & Keller, 2016).

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan, diajukan hipotesis sebagai berikut :

H4: Keamanan transaksi berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna *Bima Mobile*.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif sebagai metode ilmiah karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit atau empiris, obyektif, terukur, rasional dan sistematis (Sugiyono, 2019: 7). Penulis memilih menggunakan metode deskriptif kuantitatif untuk mengetahui besaran pengaruh serta signifikansi antara variabel Kualitas Layanan, Kelengkapan Fitur, Kemudahan Penggunaan dan keamanan Transaksi terhadap Kepuasan Nasabah pengguna *Bima Mobile*.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Bank Jateng Kantor Cabang Boyolali yang beralamat di Jl. Merbabu No.3 Siswodipuran, Boyolali dan dilakukan selama 6 (enam) bulan tepatnya pada bulan Juli-Desember 2025.

C. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

1. Populasi

Menurut Arikunto (2019) "Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian, apabila peneliti ingin meneliti semua elemen dalam wilayah penelitian maka penelitiannya merupakan penelitian populasi atau studi sensus". Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah Bank Jateng Boyolali pengguna sistem aplikasi *Bima Mobile*, dimana jumlahnya tidak diketahui secara pasti (*Unknown Population*).

2. Sampel

Menurut Arikunto (2019) “Sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang diteliti”. Dalam penelitian ini jumlah populasi penelitian tidak diketahui secara pasti (*unknown population*) maka penentuan besarnya sampel menggunakan rumus *Leedy* sebagai berikut (Sugiyono, 2019):

$$n = \frac{Z^2 \times P(1 - P)}{d^2}$$

Diketahui:

n = Jumlah sampel

Z = Skor Z pada kepercayaan 95% = 1,96

P = Maksimal estimasi 0,5

d = Alpha (0,1) atau *sampling error* 10%

Berdasarkan rumus tersebut, maka dapat dihitung untuk penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5(1 - 0,5)}{0,1^2}$$

$$n = 96,04$$

Jumlah sampel yang diperlukan dalam penelitian ini adalah sebanyak 96,04 orang namun untuk memudahkan perhitungan maka sampel dibulatkan menjadi 100 orang responden dengan tingkat kesalahan yang ditolerir sebesar 10%.

3. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *Accidental Sampling*. Teknik *Accidental Sampling* adalah metode pengambilan sampel dengan memilih responden yang secara kebetulan ditemui peneliti dan mudah dijangkau (Sugiyono, 2019).

D. Sumber Data

Pengumpulan data diperlukan beberapa jenis antara lain:

1. Data primer yaitu data diperoleh langsung dari pihak yang diperlukan datanya (Istiatin, 2021: 125). Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari hasil kuisioner yang telah dibagikan dan diisi oleh responden terpilih.
2. Data sekunder yaitu data yang telah dibuat oleh orang lain atau data sudah jadi (Istiatin, 2021: 125). Data sekunder dari penelitian ini diperoleh dari buku-buku terkait dengan Manajemen Pemasaran dan jurnal ilmiah yang berisi materi tentang Kepuasan Nasabah atau konsumen, Kualitas Layanan, Kelengkapan Fitur, Kemudahan Penggunaan dan keamanan Transaksi.

E. Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat dua jenis variabel, yaitu variabel independen (bebas) dan variabel dependen (terikat), yang dijelaskan sebagai berikut:

1. Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Kepuasan Nasabah pengguna *Bima Mobile* (Y).

2. Variabel independen

Variabel independen adalah variabel yang memengaruhi atau menjadi sebab perubahan terhadap variabel lain. Dalam penelitian ini terdapat empat variabel independen, yaitu:

- a. Kualitas Layanan (X1)
- b. Kelengkapan Fitur (X2)
- c. Kemudahan Penggunaan (X3)
- d. Keamanan Transaksi (X4)

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan metode pengumpulan data yang diperoleh langsung ke lokasi penelitian, untuk mencari data yang lengkap dan berkaitan dengan masalah yang diteliti. Secara garis besar pengumpulan data dapat dibedakan menjadi 5 yaitu:

- a. Observasi

Observasi merupakan cara pengambilan data dengan melakukan pengamatan langsung (Sugiyono, 2019: 145). Observasi dilaksanakan di Bank Jateng Kantor Cabang Boyolali.

- b. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan peneliti dengan menganalisis segala bentuk dokumen berupa barang, benda tulis dan bukan hanya berupa tulisan saja tetapi bisa berupa benda benda peninggalan seperti prasasti atau simbol lain yang berhubungan dengan masalah yang diteliti (Istiatin, 2021: 136).

c. Kuesioner

Kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan peneliti dengan cara memberi pertanyaan kepada responden untuk diberi respon sesuai dengan kemampuan responden (Istiatin, 2021: 136).

d. Wawancara (*interview*)

Merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan peneliti dengan melakukan proses tanya jawab maupun dialog secara lisan antara peneliti dengan responden dengan tujuan mendapatkan informasi yang dibutuhkan peneliti (Istiatin, 2021: 125). Wawancara digunakan juga untuk mendukung kelengkapan dan akurasi kuesioner yang dilakukan peneliti.

e. Studi kepustakaan

Studi kepustakaan merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti dengan segala usahanya untuk memperoleh informasi yang relevan dengan topik masalah penelitian. Informasi ini diperoleh melalui buku ilmiah, tesis, karangan ilmiah, laporan penelitian, desertasi maupun sumber sumber lain baik elektronik maupun tercetak (Istiatin, 2021: 125).

G. Teknik Pengukuran

Setiap butir angket instrumen Kualitas Layanan, Kelengkapan Fitur, Kemudahan Penggunaan dan Keamanan Transaksi diukur dengan skala Rasio. Untuk pemberian skor pada setiap butir soal dipergunakan skala Likert yang telah dimodifikasi dan disusun untuk alternatif jawaban. Menurut Sugiyono (2019) skala Likert merupakan skala yang berisi lima tingkat jawaban mengenai kesetujuan responden terhadap statemen atau pernyataan yang dikemukakan

mendahului opsi jawaban yang disediakan. Modifikasi skala Likert dimaksudkan untuk menghilangkan kelemahan yang dikandung oleh skala lima tingkat, modifikasi skala Likert meniadakan katagori jawaban yang di tengah berdasarkan tiga alasan yaitu:

1. Katagori tersebut memiliki arti ganda, biasanya diartikan belum dapat memutuskan atau memberikan jawaban, dapat diartikan netral, setuju tidak, tidak setujupun tidak, atau bahkan ragu-ragu.
2. Tersediannya jawaban ditengah itu menimbulkan kecenderungan menjawab ke Tengah atau netral
3. Maksud katagori SS-S-TS-STS adalah terutama untuk melihat kecenderungan pendapat responden, ke arah setuju atau ke arah tidak setuju.

Skala Likert dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui tingkat persetujuan responden terhadap pernyataan yang diberikan, dengan 4 pilihan jawaban, yaitu:

1. Jawaban Sangat Setuju (SS) diberi skor 4
2. Jawaban Setuju (S) diberi skor 3
3. Jawaban Tidak Setuju (TS) diberi skor 2
4. Jawaban Sangat Tidak Setuju (STS) diberi skor 1

H. Definisi Operasional Variabel dan Kisi-Kisi Instrumen

Definisi operasional dalam penelitian ini bertujuan untuk memberikan penjelasan rinci mengenai variabel-variabel yang diteliti agar dapat diukur secara konkret dan sistematis melalui instrumen penelitian. Variabel bebas (independen) dalam penelitian ini terdiri dari Kualitas Layanan, Kelengkapan

Fitur, Kemudahan Penggunaan dan Keamanan Transaksi, sedangkan variabel terikatnya (dependen) adalah Kepuasan Nasabah. Definisi operasional variabel dan kisi-kisi instrumen disajikan seperti tabel berikut.

Tabel III.1
Definisi Operasional Variabel dan Kisi-Kisi Instrumen

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Kisi-Kisi Instrumen
1	Kepuasan nasabah (Y)	Tingkat perasaan nasabah pengguna sistem aplikasi <i>Bima Mobile</i> setelah membandingkan antara kinerja layanan yang diterima dengan harapan sebelumnya.	a. Kesenangan b. Kebaruan c. Kelegaan d. Kepuasan e. Kejutan (Firmada & Lukiastruti, 2021)	1. Saya puas dengan pengalaman menggunakan aplikasi <i>Bima Mobile</i> . 2. <i>Bima Mobile</i> memenuhi harapan saya sebagai nasabah. 3. Saya akan terus menggunakan <i>Bima Mobile</i> di masa depan. 4. Saya merasa <i>Bima Mobile</i> lebih baik dibandingkan aplikasi lain. 5. Saya akan merekomendasikan <i>Bima Mobile</i> kepada orang lain.
2	Kualitas Layanan (X ₁)	Kualitas layanan adalah kinerja layanan yang diberikan oleh sistem aplikasi <i>Bima Mobile Bank</i> Jateng untuk memenuhi	a. Keandalan b. Daya tanggap c. Jaminan d. Empati e. Berwujud (Gerson <i>et al.</i> , 2025)	1. Aplikasi <i>Bima Mobile</i> memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap. 2. Informasi yang ditampilkan pada aplikasi jelas dan

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Kisi-Kisi Instrumen
		harapan nasabah.		mudah dimengerti. 3. Aplikasi <i>Bima Mobile</i> jarang mengalami gangguan atau kendala. 4. Saya merasa terbantu dengan layanan yang diberikan oleh <i>Bima Mobile</i>. 5. Layanan yang diberikan aplikasi sesuai dengan kebutuhan pengguna.
3	Kelengkapan Fitur (X_2)	Keseluruhan fungsi dan layanan yang dimiliki sistem aplikasi <i>Bima Mobile</i> untuk memberikan nilai tambah dan memenuhi kebutuhan nasabah pengguna sistem.	1. Kemudahan akses informasi tentang produk dan jasa 2. Keberagaman layanan transaksi 3. Keberagaman fitur 4. Inovasi produk (Dwijulianti & Anggrainie, 2023)	1. Aplikasi <i>Bima Mobile</i> memiliki fitur yang lengkap dan up to date untuk kebutuhan transaksi. 2. Saya dapat melakukan berbagai jenis transaksi dalam <i>Bima Mobile</i>. 3. Fitur-fitur dalam aplikasi berfungsi dengan baik. 4. Aplikasi memiliki fitur notifikasi yang membantu pengguna. 5. Terdapat fitur-fitur tambahan yang bermanfaat bagi saya.

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Kisi-Kisi Instrumen
4	Kemudahan Penggunaan (X ₃)	Keyakinan nasabah pengguna sistem aplikasi <i>Bima Mobile</i> bahwa sistem dapat dipahami dan digunakan dengan mudah.	1. Mudah Dipelajari 2. Mudah Dipahami 3. Fleksibel 4. Dapat dikendalikan (Utami <i>et al.</i> , 2024)	1. Tampilan aplikasi <i>Bima Mobile</i> mudah digunakan. 2. Menu dan ikon dalam aplikasi mudah dikenali. 3. Aplikasi dapat digunakan tanpa memerlukan bantuan pihak lain. 4. Proses <i>login</i> dan transaksi dapat dilakukan dengan mudah. 5. Saya tidak mengalami kesulitan saat menggunakan fitur-fitur di <i>Bima Mobile</i> .
5	Keamanan Transaksi (X ₄)	Kemampuan sistem aplikasi <i>Bima Mobile</i> untuk melindungi data dan informasi selama proses transaksi dari berbagai ancaman seperti penipuan, pencurian data dan	1. Kerahasiaan data 2. Keutuhan data 3. Ketersediaan data (Dwijulianti & Anggrainie, 2023)	1. Saya merasa aman saat menggunakan <i>Bima Mobile</i> untuk bertransaksi. 2. Aplikasi memiliki fitur keamanan seperti PIN atau kode OTP. 3. Data pribadi saya terlindungi saat menggunakan aplikasi.

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Kisi-Kisi Instrumen
		penyalahgunaan informasi.		4. Aplikasi memberikan konfirmasi saat akan terjadi transaksi. 5. Saya percaya bahwa aplikasi menjaga kerahasiaan data saya.

I. Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah setiap item dalam kuesioner mampu mengukur variabel yang dimaksud, yaitu Kualitas Layanan, Kelengkapan Fitur, Kemudahan Penggunaan, Keamanan Transaksi, dan Kepuasan Nasabah. Validitas diuji menggunakan teknik korelasi *Pearson Product Moment* dengan membandingkan nilai *r hitung* setiap item terhadap *r tabel* pada taraf signifikansi 5% (untuk $n = 30$, $r_{tabel} = 0,361$). Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka item dinyatakan valid (Sugiyono, 2019).

2. Uji Reliabilitas

Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengujian reliabilitas masing-masing variabel dalam penelitian ini menggunakan teknik *Cronbach Alpha* (Sugiyono, 2022). Pengolahan data

menggunakan program *SPSS for Windows*, instrumen penelitian dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$ dan sebaliknya instrumen penelitian dikatakan tidak reliabel apabila nilai *Cronbach Alpha* $\leq 0,60$ (Ghozali, 2019).

J. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan persyaratan statistik yang harus dilakukan pada analisis regresi linier berganda yang berbasis *ordinary least square*. Dalam OLS hanya terdapat satu variabel dependen, sedangkan untuk variabel independen berjumlah lebih dari satu. Untuk menentukan ketepatan model perlu dilakukan pengujian atas beberapa asumsi klasik yaitu uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas dan uji normalitas, (Ghozali, 2019).

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah model regresi dalam penelitian ini memiliki residual yang berdistribusi normal atau tidak. Indikator model regresi yang baik adalah memiliki data terdistribusi normal. Cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak dapat dilakukan dengan uji statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S) test yang terdapat di program SPSS. Distribusi data dapat dikatakan normal apabila nilai signifikansi $> 0,05$ (Ghozali, 2019). Mendeteksi apakah data terdistribusi normal atau tidak juga dapat dilakukan dengan metode yang lebih handal yaitu dengan melihat *Normal Probability Plot*. Model regresi yang baik ialah data berdistribusi normal, yaitu dengan mendeteksi dan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal grafik.

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah suatu model regresi penelitian terdapat korelasi antar variabel independen (bebas). Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi korelasi antara variabel independen dan bebas dari gejala multikolinearitas. Mengetahui ada atau tidaknya gejala multikolinearitas yaitu dengan melihat besaran dari nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dan juga nilai *Tolerance*. *Tolerance* mengukur variabilitas variabel terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Nilai yang dipakai untuk menunjukkan adanya gejala multikolinearitas yaitu adalah nilai $VIF < 10,00$ dan nilai $Tolerance > 0,10$ (Ghozali, 2019).

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Pengujian heteroskedastisitas dapat dengan melihat grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED yaitu ada atau tidaknya pola tertentu. Pengujian heteroskedastisitas dapat juga dilakukan dengan *Glejser-test*, yaitu dengan cara melakukan analisis regresi antara *residual absolute* sebagai variabel independen terhadap dengan variabel independen. Apabila hasil pengujian diperoleh nilai probabilitas $\delta 0,05$ maka terjadi indikasi heteroskedastisitas. Sebaliknya apabila nilai probabilitas $> 0,05$ tidak artinya tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2019).

K. Teknik Analisis Data

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Silalahi (2012: 426) menjelaskan, analisis regresi linier dibedakan menjadi analisis regresi linier sederhana dan analisis regresi linier berganda. Menurut Sunyoto (2016: 47) analisis regresi linier sederhana merupakan pengukuran pengaruh yang hanya melibatkan satu variabel bebas (x) dan satu variabel terikat (y). Analisis regresi ini bertujuan untuk mengetahui besar pengaruh yang dimiliki variabel independen terhadap variabel dependen. Analisis regresi linear berganda digunakan mengetahui pola variabel terikat dapat diprediksikan melalui variabel bebas. Pada analisis regresi linear berganda bertujuan untuk menduga besarnya koefisien regresi dan menunjukkan besarnya pengaruh beberapa variabel bebas terhadap variabel terikat (Ghozali, 2019: 86). Model persamaan regresi yang digunakan ialah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e \text{ (Ghozali, 2019: 86)}$$

Keterangan :

Y	: Variabel Kepuasan Nasabah
X ₁	: Variabel Kualitas Layanan
X ₂	: Variabel Kelengkapan Fitur
X ₃	: Variabel Kemudahan Penggunaan
X ₄	: Variabel Keamanan Transaksi
a	: konstanta

b_1, b_2, b_3 : koefisien korelasi

e : *error term* kesalahan pengganggu

2. Uji Kelayakan Model (Uji F)

Uji Kelayakan Model adalah pengujian untuk mengetahui apakah variabel bebas (*independen*) secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikat (*dependen*). Apabila hasil dari uji F memiliki angka $\text{sig} < 0,05$ menunjukkan bahwa variabel bebas memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel terikat (Ghozali, 2019). Uji F dalam penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh Kualitas Layanan, Kelengkapan Fitur, Kemudahan Penggunaan dan Keamanan Transaksi secara simultan terhadap Kepuasan Nasabah. Menurut (Ghozali, 2019) langkah-langkah uji F yaitu:

a. Menentukan H_0 dan H_a

$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = \beta_4 = 0$, Kualitas Layanan, Kelengkapan Fitur, manajemen kelas dan Keamanan Transaksi tidak berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan nasabah.

$H_a : \beta_1 \neq \beta_2 \neq \beta_3 \neq \beta_4 \neq 0$, Kualitas Layanan, Kelengkapan Fitur, manajemen kelas dan Keamanan Transaksi berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan nasabah.

b. Menentukan *level of significance* $\alpha = 0,05$ atau 5%

c. Menentukan nilai F-hitung

$$F_{hitung} = \frac{JKR/k}{JKS/n-k-1}$$

Keterangan :

JKR : Jumlah kuadrat Regresi

JKS : Jumlah kuadrat sisa

n : Jumlah sampel

k : Banyaknya variabel bebas

d. Kriteria Pengujian

a) Jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ atau $p-value \geq 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

b) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau $p-value < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

e. Kesimpulan

a) Jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ atau $p-value \geq 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak artinya, Kualitas Layanan, Kelengkapan Fitur, manajemen kelas dan Keamanan Transaksi tidak berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan nasabah.

b) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau $p-value < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya Kualitas Layanan, Kelengkapan Fitur, manajemen kelas dan Keamanan Transaksi berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan nasabah.

3. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis menggunakan uji t yaitu pengujian koefisien regresi parsial yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap

variabel terikat (Ghozali, 2019). Uji t dalam penelitian ini bertujuan untuk menguji signifikansi pengaruh Kualitas Layanan, Kelengkapan Fitur, Kemudahan Penggunaan dan Keamanan Transaksi secara parsial terhadap Kepuasan Nasabah. Menurut (Ghozali, 2019) berikut langkah-langkah uji t yaitu:

a. Menentukan H_0 dan H_a

$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = \beta_4 = 0$, Kualitas Layanan, Kelengkapan Fitur, Kemudahan Penggunaan dan Keamanan Transaksi tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Nasabah.

$H_a : \beta_1 \neq \beta_2 \neq \beta_3 \neq \beta_4 \neq 0$, Kualitas Layanan, Kelengkapan Fitur, Kemudahan Penggunaan dan Keamanan Transaksi berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Nasabah.

b. Menentukan *level of significance* $\alpha = 0,05$ atau 5%

c. Menentukan nilai t-hitung

$$t_{hitung} = \frac{b}{Sb}$$

Keterangan :

b : Parameter estimasi

S_b : Standar error

d. Kriteria Pengujian

a) Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ atau $p\text{-value} \geq 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

b) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $p\text{-value} < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

e. Kesimpulan

a) Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ atau $p\text{-value} \geq 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak artinya, Kualitas Layanan, Kelengkapan Fitur, Kemudahan Penggunaan dan Keamanan Transaksi tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Nasabah.

b) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $p\text{-value} < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya Kualitas Layanan, Kelengkapan Fitur, Kemudahan Penggunaan dan Keamanan Transaksi berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Nasabah.

a. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi akan digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel yang terikat (Ghozali, 2018: 97). Nilai koefisien determinasi yaitu nol sampai satu. Semakin besar *Adjusted R Square* maka perubahan variabel terikat yang disebabkan oleh variabel bebas akan semakin tinggi. Apabila *Adjusted R Square* semakin kecil, maka perubahan variabel terikat yang disebabkan oleh variabel bebas akan semakin rendah. Koefisien determinasi dapat dihitung dengan rumus :

$$R^2 = ESS/TSS = 1 - (RSS/TSS)$$

Dimana:

ESS = *Explain sum of square* (jumlah kuadrat dari regresi).

TSS = *Total sum of square* (total jumlah kuadrat).

RSS = *Residual sum square* (jumlah kuadrat kesalahan pengganggu).

Nilai RSS bergantung dari banyaknya variabel bebas yang terdapat dalam suatu model. Semakin banyak variabel bebas, maka nilai RSSnya semakin menurun sehingga R^2 akan meningkat. Maka sering digunakan nilai R^2 yang telah disesuaikan derajat kebebasannya. Hubungan R^2 dengan R^2 yang disesuaikan dapat ditulis sebagai berikut:

$$R^2 \text{ adj} = \frac{1 - (1 - R^2) \frac{N-1}{N-K}}{N-K}$$

Dimana,

N = Jumlah observasi

K = Jumlah variabel bebas

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Responden

Karakteristik responden yang dijadikan sampel penelitian, dilihat dari aspek jenis kelamin dan kelas dapat dijelaskan sebagai berikut.

1. Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil jawaban responden berikut ini disajikan deskripsi responden menurut jenis kelamin.

Tabel IV.1
Deskriptif Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
Laki-laki	42	42
Perempuan	58	58
Total	100	100

Sumber: Data primer diolah, 2025

Hasil temuan menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini terdiri dari 42% laki-laki dan 58% perempuan.

2. Pendidikan Terakhir

Berdasarkan hasil jawaban responden berikut ini disajikan deskripsi responden menurut tingkat pendidikan.

Tabel IV.2
Distribusi Responden Menurut Pendidikan Terakhir

Tingkat Pendidikan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
SD	0	0
SLTP	3	3
SLTA	37	37
Diploma I/II/III	17	17
Diploma IV/S1	42	42
Magister (S2)	1	1
Jumlah	100	100

Sumber : Data primer diolah, 2025

Ditinjau dari tingkat pendidikan, responden dalam penelitian mayoritas 42% berpendidikan Diploma IV/S1; selanjutnya 37% berpendidikan SLTA; 17% berpendidikan Diploma I/II/III; 3% berpendidikan berpendidikan SLTP dan sisanya 1% berpendidikan Magister (S2).

3. Pekerjaan

Berdasarkan hasil jawaban responden berikut ini disajikan deskripsi responden menurut tingkat pekerjaan.

Tabel IV.3
Distribusi Responden Menurut Pekerjaan

Tingkat Pekerjaan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Pelajar/Mahasiswa	3	3
ASN	40	40
Pegawai Swasta	6	6
Wiraswasta	30	30
Pensiunan	20	20
Lainnya	1	1
Jumlah	100	100

Sumber : Data primer diolah, 2025

Ditinjau dari tingkat pekerjaan, responden dalam penelitian mayoritas 40% adalah kelompok ASN; selanjutnya 30% adalah kelompok wiraswasta; 20% kelompok pensiunan; 6% bekerja sebagai pegawai swasta; 3% adalah kelompok pelajar/mahasiswa dan sisanya 1% adalah ibu rumah tangga.

4. Umur

Berdasarkan hasil jawaban responden berikut ini disajikan deskripsi responden menurut tingkat umur.

Tabel IV.4
Distribusi Responden Menurut Umur

Tingkat Umur	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
20-30 Tahun	2	2
31-40 Tahun	40	40
41-50 Tahun	30	30
51-60 Tahun	7	7
> 60 Tahun	21	21
Jumlah	100	100

Sumber : Data primer diolah, 2025

Ditinjau dari tingkat umur, responden dalam penelitian mayoritas 40% berumur antara 31-40 tahun, selanjutnya 30% berumur antara 41-50 tahun; 21% berumur lebih dari 60 tahun, 7% berumur antara 51-60 tahun dan sisanya 2% berumur antara 20-30 tahun.

5. Lama Penggunaan *Bima Mobile*

Berdasarkan hasil jawaban responden berikut ini disajikan deskripsi responden menurut lama penggunaan *Bima Mobile*.

Tabel IV.5
Distribusi Responden Menurut Lama Penggunaan *Bima Mobile*

Lama penggunaan <i>Bima Mobile</i>	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
0-1 Bulan	0	0
2-3 Bulan	1	1
4-6 Bulan	10	10
7-12 Bulan	23	23
> 12 Bulan	66	66
Jumlah	100	100

Sumber : Data primer diolah, 2025

Ditinjau dari lama penggunaan *Bima Mobile*, responden dalam penelitian mayoritas 66% telah menggunakan aplikasi *Bima Mobile* lebih dari 12 bulan; selanjutnya 23% telah menggunakan aplikasi *Bima Mobile* antara 7-

12 bulan; 10% telah menggunakan aplikasi *Bima Mobile* antara 4-6 bulan dan sisanya 1% telah menggunakan aplikasi *Bima Mobile* antara 2-3 bulan.

B. Hasil Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian ini bertujuan mengukur ketepatan alat ukur variabel Kualitas Layanan (X1), Kelengkapan Fitur (X2), Kemudahan Penggunaan (X3), Keamanan Transaksi (X4), dan Kepuasan Nasabah (Y). Pengujian validitas menggunakan analisis *Product Moment*, pada tingkat signifikansi 5%. Item pernyataan dinyatakan valid jika menghasilkan nilai $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$, sebaliknya item dinyatakan tidak valid jika menghasilkan nilai $r\text{-hitung} \leq r\text{-tabel}$. Untuk menguji validitas instrumen, sebelum dilakukan penelitian telah dilakukan uji coba (*try out*) menggunakan sampel 30 responden dengan hasil sebagai berikut.

a. Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan

Hasil uji validitas untuk variabel Kualitas Layanan disajikan seperti pada tabel berikut.

Tabel IV.6
Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan (X1)

Indikator	r hitung	r tabel (N=30; Ts 5%)	Keterangan
X1.1	0,741	0,361	Valid
X1.2	0,681	0,361	Valid
X1.3	0,680	0,361	Valid
X1.4	0,655	0,361	Valid
X1.5	0,795	0,361	Valid

Sumber: Lampiran 3

Tabel diatas menunjukkan bahwa indikator X1.1 sampai dengan X1.5 diperoleh nilai r hitung $>$ r tabel maka semua item kuesioner variabel Kualitas Layanan dinyatakan valid.

b. Uji Validitas Variabel Kelengkapan Fitur

Hasil uji validitas untuk variabel Kelengkapan Fitur disajikan seperti pada tabel berikut.

Tabel IV.7
Hasil Uji Validitas Variabel Kelengkapan Fitur (X2)

Indikator	r hitung	r tabel (N=30; Ts 5%)	Keterangan
X2.1	0,683	0,361	Valid
X2.2	0,721	0,361	Valid
X2.3	0,581	0,361	Valid
X2.4	0,715	0,361	Valid
X2.5	0,430	0,361	Valid

Sumber: Lampiran 3

Tabel diatas menunjukkan bahwa indikator X2.1 sampai dengan X2.5 diperoleh nilai r hitung $>$ r tabel maka semua item kuesioner variabel Kelengkapan Fitur dinyatakan valid.

c. Uji Validitas Variabel Kemudahan Penggunaan

Hasil uji validitas untuk variabel Kemudahan Penggunaan disajikan seperti pada tabel berikut.

Tabel IV.8
Hasil Uji Validitas Variabel Kemudahan Penggunaan (X3)

Indikator	r hitung	r tabel (N=30; Ts 5%)	Keterangan
X3.1	0,827	0,361	Valid
X3.2	0,773	0,361	Valid
X3.3	0,771	0,361	Valid
X3.4	0,834	0,361	Valid

X3.5	0,800	0,361	Valid
------	-------	-------	-------

Sumber: Lampiran 3

Tabel diatas menunjukkan bahwa indikator X3.1 sampai dengan X3.5 diperoleh nilai r hitung $>$ r tabel maka semua item kuesioner variabel Kemudahan Penggunaan dinyatakan valid.

d. Uji Validitas Variabel Keamanan Transaksi

Hasil uji validitas untuk variabel Keamanan Transaksi disajikan seperti pada tabel berikut.

Tabel IV.9
Hasil Uji Validitas Variabel Keamanan Transaksi (X4)

Indikator	r hitung	r tabel (N=30; Ts 5%)	Keterangan
X4.1	0,792	0,361	Valid
X4.2	0,841	0,361	Valid
X4.3	0,782	0,361	Valid
X4.4	0,681	0,361	Valid
X4.5	0,818	0,361	Valid

Sumber: Lampiran 3

Tabel diatas menunjukkan bahwa indikator X4.1 sampai dengan X4.6 diperoleh nilai r hitung $>$ r tabel maka semua item kuesioner variabel Keamanan Transaksi dinyatakan valid.

e. Uji Validitas Variabel Kepuasan Nasabah

Hasil uji validitas untuk variabel kepuasan nasabah disajikan seperti pada tabel berikut.

Tabel IV.10
Hasil Uji Validitas Kepuasan Nasabah (Y)

Indikator	r hitung	r tabel (N=30; Ts 5%)	Keterangan
Y.1	0,707	0,361	Valid
Y.2	0,902	0,361	Valid
Y.3	0,935	0,361	Valid
Y.4	0,933	0,361	Valid
Y.5	0,837	0,361	Valid

Sumber: Lampiran 3

Tabel diatas menunjukkan bahwa indikator Y.1 sampai dengan Y.6 diperoleh nilai r hitung > r tabel maka semua item kuesioner variabel kepuasan nasabah dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus *Cronbach Alpha*, variabel dikatakan reliabel jika menghasilkan *Cronbach Alpha* > 0,60 sebaliknya konstruk dikatakan tidak reliabel jika menghasilkan *Cronbach Alpha* $\leq$ 0,60. Hasil uji reliabilitas instrumen untuk variabel Kualitas Layanan (X_1), Kelengkapan Fitur (X_2), Kemudahan Penggunaan (X_3), Keamanan Transaksi (X_4) dan Kepuasan Nasabah (Y) disajikan seperti tabel berikut.

Tabel IV.11
Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Nilai Kritis	Keterangan
Kualitas Layanan	0,881	0,60	Reliabel
Kelengkapan Fitur	0,831	0,60	Reliabel
Kemudahan Penggunaan	0,859	0,60	Reliabel
Keamanan Transaksi	0,839	0,60	Reliabel
Kepuasan Nasabah	0,914	0,60	Reliabel

Sumber: Lampiran 3

Berdasarkan hasil uji reliabilitas instrumen dapat disimpulkan, instrumen untuk variabel Kualitas Layanan, Kelengkapan Fitur, Kemudahan Penggunaan, Keamanan Transaksi dan Kepuasan Nasabah menghasilkan nilai *Cronbach Alpha* yang lebih besar dari 0,60. Dengan demikian seluruh instrumen penelitian ini dinyatakan reliabel.

C. Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi klasik merupakan syarat untuk melakukan analisis regresi, agar regresi sebagai estimasi bisa tepat/tidak bias/tidak menyimpang. Teknik pengujian dengan melakukan regresi yaitu mengestimasi variabel Y (variabel dependen) berdasarkan variabel X (variabel independen).

1. Uji Multikolinearitas

Salah satu asumsi yang harus dipenuhi pada model regresi linier berganda yaitu antar variabel independen (bebas) tidak boleh saling berkorelasi linier, jika terjadi korelasi antar variabel bebas artinya model terjadi multikolinearitas. Mendeteksi multikolinearitas dapat dilihat dari hasil analisis regresi linier ganda. Jika nilai *tolerance* $> 0,1$ dan *Variance Inflation Factors* (VIF) < 10 , artinya model tidak terjadi multikolinearitas. Sebaliknya jika nilai *tolerance* $\leq 0,1$ dan nilai VIF ≥ 10 , maka model terjadi multikolinearitas (Ghozali, 2019:91).

Tabel IV.12
Uji Multikolinearitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.721	1.515		2.456	.016		
	Kualitas Layanan	.278	.051	.435	5.396	.000	.923	1.083
	Kelengkapan Fitur	.167	.061	.223	2.749	.007	.911	1.098
	Kemudahan Penggunaan	.175	.062	.227	2.820	.006	.929	1.076
	Keamanan Transaksi	.210	.073	.232	2.861	.005	.911	1.097

Sumber: Lampiran 5

Hasil menunjukan nilai *tolerance* variabel X1 (Kualitas Layanan) = 0,923, X2 (Kelengkapan Fitur) = 0,911, X3 (Kemudahan Penggunaan) = 0,929, Keamanan Transaksi (X4) = 0,911 > 0,10. Nilai VIF (*variance inflation factor*) variabel X1 (Kualitas Layanan) = 1,083, X2 (Kelengkapan Fitur) = 1,098; Kemudahan Penggunaan (X3) = 1,076, Keamanan Transaksi (X4) = 1,097 < 10. Hal ini menunjukkan tidak terjadi multikolinearitas atau model regresi tersebut lolos uji multikolinearitas.

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari *residual* satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari *residual* satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2019:105). Pengujian heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan Uji *Glejser*, yaitu dengan meregres nilai absolut residual

terhadap variabel independen. Jika variabel independen signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen, maka ada indikasi terjadi heteroskedastisitas. Ketentuan tidak terjadi heteroskedastisitas jika nilai probabilitas $> 0,05$ sebaliknya jika nilai probabilitas $\leq 0,05$ maka terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2019: 108).

Tabel IV.13
Uji Heteroskedastisitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.119	.994		.120	.905
	Kualitas Layanan	.026	.034	.078	.759	.450
	Kelengkapan Fitur	.047	.040	.122	1.172	.244
	Kemudahan Penggunaan	.052	.041	.133	1.292	.200
	Keamanan Transaksi	-.086	.048	-.185	-1.786	.077

Sumber: Lampiran 5

Hasil menunjukkan p-value (signifikansi) dari variabel X1 (Kualitas Layanan) = 0,450, X2 (Kelengkapan Fitur) = 0,372, Kemudahan Penggunaan (X3) = 0,200, dan Keamanan Transaksi (X4) = 0,077 $> 0,05$, ini berarti tidak terjadi Heteroskedastisitas (lolos uji heteroskedastisitas).

3. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan dengan uji *Kolmogorov-Smirnov*. Kriterianya, apabila $p\text{-value} > 0,05$ maka variabel pengganggu atau *residual* berdistribusi normal, sebaliknya apabila nilai signifikan statistik yang dihasilkan dari perhitungan uji *Kolmogorov-Smirnov* menghasilkan $p\text{-value} \leq 0,05$ maka variabel pengganggu atau residual tidak berdistribusi normal (Ghozali, 2019:115).

Tabel IV.14
Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.98638544
Most Extreme Differences	Absolute	.115
	Positive	.066
	Negative	-.115
Kolmogorov-Smirnov Z		1.151
Asymp. Sig. (2-tailed)		.141
Sumber: Lampiran 5		

Besarnya *Asymp. Sig. (2-tailed)* = 0,141 > 0,05 artinya bahwa residual berdistribusi normal (lolos uji normalitas).

D. Analisis Data

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda bertujuan untuk menganalisis pengaruh dari variabel bebas Kualitas Layanan (X1), Kelengkapan Fitur (X2), Kemudahan Penggunaan (X3), dan Keamanan Transaksi (X4) terhadap variabel terikat yaitu Kepuasan Nasabah (Y). Pengaruh tersebut dinyatakan dalam persamaan regresi :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Berdasarkan perhitungan analisis regresi linear berganda diperoleh hasil seperti pada tabel berikut.

Tabel IV.15
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.721	1.515		2.456	.016
	Kualitas Layanan	.278	.051	.435	5.396	.000
	Kelengkapan Fitur	.167	.061	.223	2.749	.007
	Kemudahan Penggunaan	.175	.062	.227	2.820	.006
	Keamanan Transaksi	.210	.073	.232	2.861	.005

Sumber: Data primer diolah, 2025

Dari Tabel di atas diperoleh persamaan regresi :

$$Y = 3,721 + 0,278X_1 + 0,167X_2 + 0,175X_3 + 0,210X_4 + e$$

Interpretasi dari persamaan regresi di atas adalah :

Nilai konstanta (a) = 3,721 (positif) artinya jika Kualitas Layanan (X1), Kelengkapan Fitur (X2), Kemudahan Penggunaan (X3), dan Keamanan Transaksi (X4) konstan (=0) maka Y (Kepuasan Nasabah) adalah positif.

b₁ = 0,278 (Kualitas Layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah). Artinya: jika Kualitas Layanan (X1) meningkat maka Y (Kepuasan Nasabah) akan meningkat, dengan asumsi variabel Kelengkapan Fitur (X2), Kemudahan Penggunaan (X3), dan Keamanan Transaksi (X4) konstan/tetap.

b₂ = 0,167 (Kelengkapan Fitur berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah). Artinya: jika Kelengkapan Fitur (X2) meningkat

maka Y (Kepuasan Nasabah) akan meningkat, dengan asumsi variabel Kualitas Layanan (X1), Kemudahan Penggunaan (X3), dan Keamanan Transaksi (X4) konstan/tetap.

$b_3 = 0,175$ (Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah). Artinya: jika Kemudahan Penggunaan (X3) meningkat maka Y (Kepuasan Nasabah) akan meningkat, dengan asumsi variabel Kualitas Layanan (X1), Kelengkapan Fitur (X2), dan Keamanan Transaksi (X4) konstan/tetap.

$b_4 = 0,210$ (Keamanan Transaksi berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah). Artinya: jika Keamanan Transaksi (X4) meningkat maka Y (Kepuasan Nasabah) akan meningkat, dengan asumsi variabel Kualitas Layanan (X1), Kelengkapan Fitur (X2), dan Kemudahan Penggunaan (X3) konstan/tetap.

2. Uji Kelayakan Model (Uji F)

Uji kelayakan model menggunakan uji F bertujuan untuk menguji kelayakan model dalam memprediksi pengaruh Kualitas Layanan, Kelengkapan Fitur, Kemudahan Penggunaan, dan Keamanan Transaksi terhadap Kepuasan Nasabah. Formulasi Hipotesis :

$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = \beta_4 = 0$ artinya model tidak layak dalam memprediksi pengaruh Kualitas Layanan, Kelengkapan Fitur, Kemudahan Penggunaan, dan Keamanan Transaksi terhadap Kepuasan Nasabah.

$H_a : \beta_1 \neq \beta_2 \neq \beta_3 \neq \beta_4 \neq 0$ artinya model layak dalam memprediksi pengaruh Kualitas Layanan, Kelengkapan Fitur, Kemudahan Penggunaan, dan Keamanan Transaksi terhadap Kepuasan Nasabah.

Kriteria : H_0 diterima bila $p\text{-value}$ (signifikansi) $\geq 0,05$

H_0 ditolak bila $p\text{-value}$ (signifikansi) $< 0,05$

Tabel IV.16
Hasil Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	72.427	4	18.107	17.858	.000 ^a
	Residual	96.323	95	1.014		
	Total	168.750	99			

Sumber: Data primer diolah, 2025

Hasil perhitungan tabel ANOVA menunjukkan bahwa model regresi ini memiliki nilai F hitung $17,858 > F$ tabel (2,53) dengan nilai signifikansi ($p\text{-value}$) sebesar $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya model layak dalam memprediksi pengaruh Kualitas Layanan, Kelengkapan Fitur, Kemudahan Penggunaan, dan Keamanan Transaksi terhadap Kepuasan Nasabah.

3. Uji Hipotesis

Uji hipotesis menggunakan uji t bertujuan untuk menganalisis signifikansi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. Dalam pengujian ini, akan ditentukan α (level of signifikansi) = 0,05 (5%).

Formulasi Hipotesis :

$H_0 : \beta_i = 0$ artinya tidak ada pengaruh yang signifikan X terhadap Y

$H_a : \beta_i \neq 0$ artinya ada pengaruh yang signifikan X terhadap Y

Kriteria : H_0 diterima bila $p\text{-value}$ (signifikansi) $\geq 0,05$

H_0 ditolak bila $p\text{-value}$ (signifikansi) $< 0,05$

Tabel IV.17
Rangkuman Hasil Uji Hipotesis

	t hitung	t tabel	Signifikansi	Standarisasi	Keterangan
H1	5,396	2,000	0,000	$\alpha = 0,05$	Diterima
H2	2,749	2,000	0,007	$\alpha = 0,05$	Diterima
H3	2,820	2,000	0,006	$\alpha = 0,05$	Diterima
H4	2,861	2,000	0,005	$\alpha = 0,05$	Diterima

Sumber: Lampiran 5

1) Uji t Variabel X1 (Kualitas Layanan)

Hasil uji t seperti Tabel IV.17 diperoleh t hitung (5,396) $>$ t tabel (2,000) dengan $p\text{-value}$ (signifikansi) = 0,000 $<$ 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Kesimpulan: H1 yang menyatakan bahwa “Kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna *Bima Mobile*” terbukti kebenarannya.

2) Uji t Variabel X2 (Kelengkapan Fitur)

Hasil uji t seperti Tabel IV.17 diperoleh t hitung (2,749) $>$ t tabel (2,000) dengan $p\text{-value}$ (signifikansi) = 0,007 $<$ 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya Kelengkapan fitur berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Kesimpulan: H2 yang menyatakan bahwa “Kelengkapan fitur berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna *Bima Mobile*” terbukti kebenarannya.

3) Uji t Variabel X3 (Kemudahan Penggunaan)

Hasil uji t seperti Tabel IV.17 diperoleh t hitung (2,820) > t tabel (2,000) dengan p -value (signifikansi) = 0,006 < 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya Kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Kesimpulan: H_3 yang menyatakan bahwa “Kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna *Bima Mobile*” terbukti kebenarannya.

4) Uji t Variabel X4 (Keamanan Transaksi)

Hasil uji t seperti Tabel IV.17 diperoleh t hitung (2,861) > t tabel (2,000) dengan p -value (signifikansi) = 0,005 < 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya Keamanan transaksi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Kesimpulan: H_4 yang menyatakan bahwa “Keamanan transaksi berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna *Bima Mobile*” terbukti kebenarannya.

4. Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya sumbangan pengaruh variabel independen Kualitas Layanan (X1), Kelengkapan Fitur (X2), Kemudahan Penggunaan (X3), dan Keamanan Transaksi (X4) terhadap Y (Kepuasan Nasabah).

Tabel IV.18
Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.655 ^a	.429	.405	1.00694

Sumber: Lampiran 5

Hasil menunjukkan bahwa koefisien determinasi (*adjusted R Square*) adalah sebesar 0,405 artinya besarnya sumbangan pengaruh variabel bebas Kualitas Layanan (X1), Kelengkapan Fitur (X2), Kemudahan Penggunaan (X3), dan Keamanan Transaksi (X4) terhadap variabel terikat Y (Kepuasan Nasabah) sebesar 40,5%. Sisanya ($100\% - 40,5\%$) = 59,5% diterangkan oleh variabel lain diluar model misalnya *brand trust* (kepercayaan merek) dan citra perusahaan.

E. Pembahasan

1. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil hitung SPSS pada tabel IV.17 menunjukkan t hitung ($5,396$) > t tabel ($2,000$) dengan nilai signifikansi ($0,000$) < $0,05$ maka H1 yang menyatakan “Kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna *Bima Mobile*” terbukti kebenarannya. Kualitas layanan dapat mempengaruhi kepuasan nasabah pengguna aplikasi *Bima Mobile* sebab sistem aplikasi *Bima Mobile* mampu memberikan layanan yang cepat dan tanggap, informasi yang ditampilkan pada aplikasi jelas dan mudah dimengerti, sistem jarang mengalami gangguan, nasabah merasa terbantu dengan layanan yang diberikan, dan secara keseluruhan layanan yang diberikan aplikasi sesuai dengan kebutuhan pengguna.

Temuan ini diperkuat pendapat Parasuraman, Zeithaml & Berry (1988) yang menyatakan bahwa dimensi kualitas layanan seperti *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibles* secara signifikan memengaruhi kepuasan pelanggan. Temuan ini juga didukung penelitian

Tjiptono (2015) yang menegaskan bahwa kualitas layanan menjadi faktor utama yang memengaruhi kepuasan pelanggan.

2. Pengaruh Kelengkapan Fitur terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil hitung SPSS pada tabel IV.17 menunjukkan t hitung (2,749) > t tabel (2,000) dengan nilai signifikansi (0,007) < 0,05 maka H_2 yang menyatakan “Kelengkapan fitur berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna *Bima Mobile*” terbukti kebenarannya. Kelengkapan fitur berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna aplikasi *Bima Mobile* sebab aplikasi *Bima Mobile* memiliki fitur yang lengkap dan *up to date* untuk kebutuhan transaksi, dapat melakukan berbagai jenis transaksi, fitur-fitur dalam aplikasi berfungsi dengan baik, memiliki fitur notifikasi yang membantu pengguna, serta terdapat fitur-fitur tambahan yang bermanfaat bagi nasabah.

Temuan ini diperkuat pendapat Kotler & Keller (2016), fitur yang lengkap dan sesuai kebutuhan pelanggan dapat meningkatkan nilai bagi pelanggan, yang akan mendorong terciptanya kepuasan bagi pelanggan. Dalam konteks aplikasi *mobile banking*, fitur yang lengkap seperti cek saldo, mutasi, transfer dana lengkap (antar bank, *virtual account*), pembayaran tagihan & pembelian (listrik, pulsa, *e-wallet*), kemudahan transaksi (QRIS, cardless ATM, buka rekening *online*, pengajuan pinjaman), hingga investasi (reksa dana, deposito) dalam satu aplikasi. Temuan ini juga diperkuat pendapat Natalia & Ginting (2020) bahwa fitur layanan yang lengkap apabila fitur-fitur yang ditawarkan dianggap penting dan mampu

memenuhi harapan pelanggan, karena hal ini akan berdampak pada kepuasan pelanggan.

Temuan ini diperkuat hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Alfiana & Amri (2023) yang menyatakan bahwa kelengkapan fitur berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna aplikasi *BSI Mobile* di wilayah Kabupaten Ponorogo. Temuan ini diperkuat hasil penelitian Parera & Harsoyo (2025) bahwa kelengkapan fitur berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna aplikasi *Brimo Mobile* di wilayah DIY. Temuan ini juga diperkuat hasil penelitian Laukkanen (2007) yang menyatakan bahwa fitur-fitur lengkap pada aplikasi *mobile banking* seperti cek saldo, transfer, dan pembayaran meningkatkan kepuasan serta kepercayaan pengguna.

3. Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil hitung SPSS pada tabel IV.17 menunjukkan t hitung (2,820) > t tabel (2,000) dengan nilai signifikansi (0,006) < 0,05 maka H_3 yang menyatakan “Kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna *Bima Mobile*” terbukti kebenarannya.

Kemudahan penggunaan dapat mempengaruhi kepuasan nasabah pengguna *Bima Mobile* sebab nasabah merasa yakin aplikasi *Bima Mobile* mudah digunakan, menu dan ikon dalam aplikasi mudah dikenali, aplikasi dapat digunakan tanpa memerlukan bantuan pihak lain, proses *login* dan transaksi dapat dilakukan dengan mudah, dan nasabah tidak mengalami kesulitan saat menggunakan fitur-fitur di *Bima Mobile*.

Temuan ini diperkuat pendapat Atqiya & Sutisna (2025) teori TAM (*Technology Acceptance Model*) menyatakan bahwa kemudahan pengguna dalam menggunakan teknologi serta manfaat yang diterima akan menentukan sikap pengguna terhadap penerimaan teknologi yang dapat diukur dari tingkat kepuasan pengguna. Temuan ini juga diperkuat pendapat Prasetia & Suwitho (2022) yang menyatakan, kemudahan penggunaan suatu aplikasi dianggap penting oleh para pengguna sistem karena kemudahan yang dirasakan akan mempengaruhi kepuasan pengguna yang direfleksikan melalui pengalaman dan emosi.

Temuan ini diperkuat hasil penelitian Parera & Harsoyo (2025) yang menyatakan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna aplikasi *Brimo Mobile* di wilayah DIY. Temuan ini sejalan dengan penelitian Harahap et al., (2025) yang menyatakan bahwa kemudahan penggunaan aplikasi *Byond BSI Mobile* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada mahasiswa Muslim Politeknik Negeri Medan. Temuan ini juga diperkuat hasil penelitian Alalwan et al. (2017) yang menyatakan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna *mobile banking* di Yordania.

4. Pengaruh Keamanan Transaksi terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil hitung SPSS pada tabel IV.17 menunjukkan t hitung (2,861) > t tabel (2,000) dengan nilai signifikansi (0,005) < 0,05 maka H_4 yang menyatakan “Keamanan transaksi berpengaruh signifikan terhadap

kepuasan nasabah pengguna *Bima Mobile*” terbukti kebenarannya. Keamanan transaksi dapat mempengaruhi kepuasan nasabah pengguna *Bima Mobile* sebab nasabah merasa aman saat menggunakan *Bima Mobile* untuk bertransaksi, aplikasi memiliki fitur keamanan seperti PIN atau kode OTP, data pribadi nasabah terlindungi, aplikasi memberikan konfirmasi saat akan terjadi transaksi, dan nasabah percaya bahwa aplikasi mampu menjaga kerahasiaan data.

Temuan ini diperkuat pendapat Kim, Tao & Shin (2009) yang menyatakan *perceived security* (persepsi keamanan) merupakan determinan utama dalam membangun *trust*, yang kemudian berdampak pada *user satisfaction* dan *intention to use*. Temuan ini juga didukung pendapat Kotler & Keller (2016) dalam konteks pemasaran digital, keamanan informasi dianggap sebagai bagian dari strategi mitigasi risiko yang mendukung kepuasan dan loyalitas konsumen.

Temuan penelitian ini diperkuat hasil penelitian Wibowo & Rachbini (2025) yang menyatakan bahwa keamanan transaksi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dalam bertransaksi dengan sistem *e-wallet* di Indonesia. Temuan penelitian ini juga diperkuat hasil penelitian Wilyningsih et al., (2025) yang menyatakan keamanan transaksi *M-Banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna *Living by Mandiri* di Kota Mataram. Semakin tinggi persepsi keamanan transaksi akan meningkatkan kepuasan karena nasabah merasa terlindungi dari risiko kejahatan siber seperti pencurian data.

BAB V

KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna *Bima Mobile*.
2. Kelengkapan fitur berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna *Bima Mobile*.
3. Kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna *Bima Mobile*.
4. Keamanan transaksi berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna *Bima Mobile*.
5. Nilai koefisien determinasi (*adjusted R Square*) adalah sebesar 0,405 artinya besarnya sumbangan pengaruh variabel bebas Kualitas Layanan (X1), Kelengkapan Fitur (X2), Kemudahan Penggunaan (X3), dan Keamanan Transaksi (X4) terhadap variabel terikat Y (Kepuasan Nasabah) sebesar 40,5%. Sisanya (100% - 40,5%) = 59,5% diterangkan oleh variabel lain diluar model misalnya *brand trust* (kepercayaan merek) dan citra perusahaan.

B. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan sebagai berikut:

1. Responden dalam penelitian ini terbatas hanya nasabah pengguna *Bima Mobile* pada Bank Jateng Boyolali, sehingga hasil penelitian ini tidak dapat digeneralisasikan pada organisasi atau perusahaan lain.
2. Penggunaan kuesioner sebagai alat pengumpulan data masih memiliki kelemahan yaitu adanya subjektivitas terhadap jawaban responden.
3. Penelitian ini hanya meneliti empat variabel independen dalam menjelaskan kepuasan nasabah, disisi lain masih banyak variabel atau faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah.

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang diperoleh dapat diajukan saran-saran sebagai berikut:

1. Indikator Kualitas Layanan yang memiliki tingkat pengaruh tertinggi yaitu “Layanan yang diberikan aplikasi Bima sesuai dengan kebutuhan pengguna”. Untuk lebih meningkatkan kepuasan pengguna *Bima Mobile*, Bank Jateng diharapkan fokus pada kebutuhan pengguna dengan cara melakukan riset pasar yang komprehensif untuk memahami secara mendalam kebutuhan pengguna yang belum terpenuhi.
2. Indikator Kelengkapan Fitur yang memiliki tingkat pengaruh tertinggi yaitu “Saya dapat melakukan berbagai jenis transaksi dalam *Bima Mobile*”. Bank Jateng diharapkan untuk terus memberikan dan melengkapi fitur yang lebih canggih lagi yang tidak dimiliki oleh pesaing, karena hal ini dapat

meningkatkan nilai pelanggan yang akan berkontribusi positif pada kepuasan nasabah.

3. Indikator Kemudahan Penggunaan yang tingkat pengaruh tertinggi yaitu “Proses *login* dan transaksi dapat dilakukan dengan mudah”. Bank Jateng, diharapkan untuk mempertahankan aspek kemudahan penggunaan sistem aplikasi Bima, selain itu perlu dilakukan evaluasi sistem secara berkala untuk memastikan semua transaksi yang dilakukan nasabah dapat berjalan lancar dan selalu mudah digunakan.
4. Indikator Keamanan Transaksi yang memiliki Tingkat pengaruh tertinggi yaitu “Aplikasi *Bima Mobile* memiliki fitur keamanan seperti PIN atau kode OTP”. Bank Jateng, diharapkan untuk terus meningkatkan keamanan bagi pengguna aplikasi Bima dengan menerapkan kombinasi penggunaan teknologi keamanan canggih, edukasi nasabah secara konsisten, dan kepatuhan terhadap standar keamanan siber global.
5. Bagi penelitian selanjutnya, diharapkan untuk mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan variabel bebas lainnya yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah, mengingat masih terdapat pengaruh sebesar 59,5% di luar variabel penelitian tersebut seperti *brand trust* dan citra perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Akob, R. A., Sukarno, Z. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank BUMN di Makassar. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship*, 11(2), 269-283.
- Alfiana, I. R., & Amri, M. (2023). Pengaruh Kemudahan dan Kelengkapan Fitur BSI Mobile Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah. *Mutanaqishah: Journal of Islamic Banking*, 3(1), 55-66.
- Amalia, P., & Hastriana, A. Z. (2022). Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan, Fitur dan Keamanan M-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Bertransaksi Pada Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep. *Alkasb: Journal of Islamic Economics*, 1(1), 23-31.
- Annur, R. R., & Tanjung Y. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah di PT. Bank Sumut. *Jurnal Bintang Manajemen*, 1(1), 192-205.
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Atqiya, N. F., & Sutisna, M. (2025). Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Manfaat terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Human Capital Management Information System (HCMIS). *INFORMASI (Jurnal Informatika dan Sistem Informasi)*, 17(1), 129-140.
- Bank Indonesia (1998). Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perubahan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan. Retrieved from <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/45486/uu-no-10-tahun-1998>.
- Bank Jateng (2023). *Company Profile Bank Jateng*. <https://bankjateng.co.id/tentang-kami/korporasi/informasi-umum/tentang-perusahaan>.
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models. *Management Science*, 35(8), 982-1002.
- Djaja, J., Tongli, B., & Tahendrika, A. (2022). Pengaruh kemudahan dan keamanan transaksi menggunakan kode QR terhadap kepuasan pengguna ShopeePAY pada mahasiswa Universitas Atma Jaya Makassar. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Terapan (JESIT)*, 3(1), 35–50.

- Dwijulianti, F., & Anggrainie, N., (2023) Pengaruh *E-Service Quality*, *E-Trust*, Kelengkapan Fitur, Kemudahan Penggunaan, Keamanan Data, dan Persepsi Manfaat Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Mobile JKN. *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 2(5), 1–14.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan)*. Deepublish.
- Febrianta, A., & Indrawati, I. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking terhadap Kepuasan Nasabah Bank BCA di Kota Bandung. *E-Proceeding of Management*, 3(3), 2879–2885.
- Febrianah, F. (2022). Pengaruh kemudahan penggunaan, keamanan transaksi dan online customer review terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ekobistek*, 9(3), 309–315.
- Firmanda, A. F., & Lukiastuti, F. (2021). Analisis Peran Mediasi Kepuasan Nasabah Pada Hubungan Digital Marketing Dan Brand Loyalty Pada Bank Jateng Cabang Wonosobo. *Jurnal Among Makarti*, 14(2), 129-149.
- Gerson, T. I., Safar, L. O. A., & Utomo, D. S. (2025). Analisis Kualitas Pelayanan dengan Metode Servqual (Service Quality) dan IPA (Importance Performance Analysis). *JUTIN: Jurnal Teknik Industri Terintegrasi*, 8(2), 2104-2111.
- Ghozali, I. (2019). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Progam SPSS*. Badan Penerbit Universitas Dipenogoro.
- Handinisari, H., Muhlisin, S., & Yono. (2023). Pengaruh Keamanan, Kemudahan dan Kepercayaan Nasabah Bank Syariah Indonesia Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Layanan Mobile Banking (BSI KCP Jalan Baru). *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 4(3), 818-828.
- Harahap, A. O., Rahmadani, Supaino, Zulhendry, Seri, E. (2025). Pengaruh Kemudahan Penggunaan Dan Kualitas Sistem Byond BSI Terhadap Kepuasan Nasabah. *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa*, 10(2), 470-480.
- Hernandez, A., David, F (2022). Pengaruh *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank dalam Transaksi Sehari-Hari. *Jurnal Penerapan Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 1(1), 17-32.
- Hidayah, N., Andriyati, S., Rismayan, V., & Victoria, V (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kemudahan Transaksi Dan Fitur Produk Terhadap Kepuasan Nasabah dalam Penggunaan BSI Mobile Banking. *Institut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang*, 4(2), 139-159).
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.

- Istiatin & Sudarwati. (2021). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Universitas Islam Batik.
- Januarti, O., & Suyatno, (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Livin by Mandiri Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah PT Bank Mandiri di Banjarmasin Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Bisnis dan Pembangunan* 11(2), 1-13.
- Jayadi, Risnawati, & Muslimin. Pengaruh Kemudahan Dan Keamanan Transaksi Penggunaan Mobile Banking Terhadap Keputusan Pembelian Online. *Journal of Business Administration (JBA)*, 4(2), 118-133.
- Kotler, P., & Keller, K. L.(2016): *Marketing Management, 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.*
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2017). *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Erlangga.
- Maulana, R., & Zoraya, I. (2024). Pengaruh Perceived Ease Of Use, Kepercayaan dan Literasi Keuangan Terhadap Penggunaan ShopeePay pada Masyarakat Bengkulu. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 7(1), 640-654.
- Nasikah, D., & Fuadi, S. (2021). Pengaruh Persepsi Keamanan, Kemudahan Bertransaksi, Kepercayaan Konsumen, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Tokopedia. *Derivatif : Jurnal Manajemen*, 16(1), 162-173.
- Natalia, J., & Ginting, D. B. (202). Analisis Pengaruh Kelengkapan Fitur, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kualitas Informasi, Kualitas Sistem, Persepsi Manfaat Terhadap Kepuasan Penggunaan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pengguna Aplikasi Viu. *Media Informatika*, 17(3), 148-164.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. (1988). SERVQUAL: A-Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Parasuraman, A., Berry, L., & Zeithaml, V. A. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49(Fall), 41-50.
- Parera, I.A. C., & Harsoyo, T. D. (2022). Pengaruh Fitur Layanan, Persepsi Manfaat, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Brimo. *SAKOLA - Journal of Sains Cooperative Learning and Law*, 2(1), 1-15.

- Pavlou, P. A. (2003). Consumer Acceptance of Electronic Commerce: Integrating Trust and Risk with the Technology Acceptance Model. *International Journal of Electronic Commerce*, 7, 101-134.
- Pramesti, W. E., Setianingsih, W. E., & Puspitadewi, I. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Jember. *Jurnal Penelitian Ipteks* 8(1), 29-38.
- Prasetia, I. A., & Suwitho, (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Manfaat Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Minat Pembelian Ulang Pada Aplikasi Shopee. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 11(9), 1-15.
- Sitanggang, A. S., Lestari, S., Febrianti, N. C., Az-zahra, A., & Fitriadi, M. N. (2024). Analisis Tingkat Kepercayaan Nasabah pada Keamanan Transaksi Perbankan Melalui Mobile Banking (M-Banking), *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 9(3), 1566-1581.
- Sugiyanto, Mulyana, M., & Ramadhan, M. V. (2021). Pengaruh Keamanan Bertransaksi, Kemudahan Transaksi dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Beli Studi Kasus Pada Tokopedia. *Jurnal Informatika Kesatuan*, 1(1), 23-30.
- Sugiyono. 2022. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R dan D*. Alfabeta.
- Sunderajulu, K. B. (2020). Enhancing Payment Transaction Security. *International Journal of Science and Research (IJSR)*, 13(11), 680-684.
- Utami, E. Y., Hendrayani, E., Nitawati, E. Y., Nuraini, L., & Kalalo, R. R. (2024). Eksplorasi Penggunaan E-Wallet Shopeepay Pada Mahasiswa Di Indonesia. *Edunomika*, 8(2), 1-13.
- Wahyuningsih, D., & Nirawati, L. (2022). Pengaruh kemudahan dan keamanan terhadap loyalitas pelanggan e-wallet aplikasi Dana. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)*, 7(3), 435–445.
- Wibowo, L. N., & Rachbini, W. (2025). Pengaruh Layanan Bantuan dan Keamanan Transaksi terhadap Pengalaman Emosional Pengguna dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Mediator. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Indonesia*, 3(3), 194-208.
- Wilson, N., Keni, K., & Tan, P. H. P. (2021). The Role of Perceived Usefulness and Perceived Ease-of-Use toward Satisfaction and Trust which Influence Computer Consumers' Loyalty in China. *Gadjah Mada International Journal of Business*, 23(3), 262-294.

- Wilyningsih, N. K. A., Syarach, A., & Yuliana, I. (2025). Pengaruh Fitur M-Banking Dan Keamanan Terhadap Kepuasan Nasabah Livin' By Mandiri. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 2(1), 21-27.
- Wirtz, J., & Lovelock, C. (2016). *Pemasaran Jasa: Orang, Teknologi, Strategi*. (edisi ke-8). World Scientific Publishing Co. Inc. <https://doi.org/10.1142/y0001>
- Zeithaml, V. A. (2002). *Service excellence in electronic channels. Managing Service Quality*. 12(3), 135-139.

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN

SURAT PERMOHONAN PENGISIAN KUESIONER

Kepada Yth,
Bapak/Ibu/Saudara/i
Responden Nasabah Bank Jateng Pengguna Aplikasi *Bima Mobile*
di Tempat

Dengan hormat,

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Bachtiar Ali Mahadi

NPM : 2024P20004

Program Studi : S2 Ilmu Manajemen

Fakultas : Ekonomi

Universitas : Universitas Islam Batik Surakarta

Saat ini sedang melaksanakan penelitian untuk penyusunan tesis dengan judul: “Kepuasan Nasabah Pengguna Aplikasi *Bima Mobile* Ditinjau dari Kualitas Layanan, Kelengkapan Fitur, Kemudahan Penggunaan dan Keamanan Transaksi”. Sehubungan dengan hal tersebut, saya memohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i sebagai pengguna aplikasi *Bima Mobile* untuk berpartisipasi dalam penelitian ini dengan mengisi kuesioner yang telah saya sediakan. Waktu pengisian hanya memerlukan waktu $\pm$ 5–10 menit, dan semua data yang diberikan akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk keperluan ilmiah.

Atas kesediaan dan bantuan Bapak/Ibu/Saudara/i, saya ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya.

Hormat saya,

Bachtiar Ali Mahadi

INFORMED CONSENT

“KEPUASAN NASABAH PENGGUNA APLIKASI *BIMA MOBILE* DITINJAU DARI KUALITAS LAYANAN, KELENGKAPAN FITUR, KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN KEAMANAN TRANSAKSI”

Penelitian ini tidak akan berdampak negatif atau merugikan responden. Kerahasiaan informasi yang diberikan akan dijaga dan digunakan hanya untuk keperluan penelitian. Data ini bersifat rahasia.

Nama :

Alamat :

No. Telp/HP :

Menyatakan bahwa saya bersedia menjadi responden pada penelitian yang dilakukan oleh Bachtiar Ali Mahadi, Mahasiswa Strata Dua (S2) Jurusan Ilmu Manajemen di Universitas Islam Batik Surakarta dengan judul penelitian “Kepuasan Nasabah Pengguna Aplikasi *Bima Mobile* Ditinjau dari Kualitas Layanan, Kelengkapan Fitur, Kemudahan Penggunaan dan Keamanan Transaksi”.

Surakarta, 2025

Responden

Peneliti

(.....)

(Bachtiar Ali Mahadi)

NPM: 2024P20004

KUESIONER PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan nasabah dalam menggunakan aplikasi *Bima Mobile* berdasarkan persepsi terhadap kualitas layanan, kelengkapan fitur, kemudahan penggunaan, dan keamanan transaksi.

Berikut beberapa petunjuk untuk mengisi kuesioner ini:

- a. Responden dalam penelitian ini merupakan nasabah yang pernah atau sedang menggunakan aplikasi *Bima Mobile*.
- b. Kuesioner terdiri dari dua bagian, yaitu:

Bagian A : Identitas Responden (bersifat umum dan tidak akan digunakan untuk mengidentifikasi secara pribadi).

Bagian B : Pernyataan-pernyataan penilaian mengenai aplikasi *Bima Mobile*. Pada Bagian B, Anda diminta untuk memberikan penilaian terhadap masing-masing pernyataan dengan memilih satu jawaban yang paling sesuai dengan pendapat Anda.

Penilaian menggunakan skala Likert dengan pilihan sebagai berikut:

<u>Skor</u>	<u>Keterangan</u>
--------------------	--------------------------

- | | |
|---|-----------------------------|
| 4 | : Sangat Setuju (SS) |
| 3 | : Setuju (S) |
| 2 | : Tidak Setuju (TS) |
| 1 | : Sangat Tidak Setuju (STS) |

- c. Harap dapat diisi dengan jujur dan objektif sesuai pengalaman Anda dalam menggunakan aplikasi *Bima Mobile*.
- d. Semua data yang Anda berikan akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk keperluan akademik.
- e. Atas partisipasi dan waktu yang Anda luangkan, kami ucapkan terima kasih.

Bagian A: Biodata Responden

1. Nama : (boleh tidak diisi)
2. Jenis Kelamin :
3. Pendidikan Terakhir :
4. Pekerjaan :
5. Umur :

20-30 Tahun	31-40 Tahun	41-50 Tahun	51-60 Tahun	>60 Tahun

6. Lama penggunaan *Bima Mobile* :

0-1 Bulan	2-3 Bulan	4-6 Bulan	7-12 Bulan	>12 Bulan

Bagian B: Pernyataan-pernyataan penilaian mengenai aplikasi *Bima Mobile*.

No .	Indikator	SS	S	TS	STS
		4	3	2	1
Kepuasan Nasabah					
1	Saya puas dengan pengalaman menggunakan aplikasi <i>Bima Mobile</i> .				
2	<i>Bima Mobile</i> memenuhi harapan saya sebagai nasabah.				
3	Saya akan terus menggunakan <i>Bima Mobile</i> di masa depan.				
4	Saya merasa <i>Bima Mobile</i> lebih baik dibandingkan aplikasi lain.				
5	Saya akan merekomendasikan <i>Bima Mobile</i> kepada orang lain.				
Kualitas Layanan					
1	Aplikasi <i>Bima Mobile</i> memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap.				

No ·	Indikator	SS	S	TS	STS
		4	3	2	1
2	Informasi yang ditampilkan pada aplikasi jelas dan mudah dimengerti.				
3	Aplikasi <i>Bima Mobile</i> jarang mengalami gangguan atau kendala.				
4	Saya merasa terbantu dengan layanan yang diberikan oleh <i>Bima Mobile</i> .				
5	Layanan yang diberikan aplikasi sesuai dengan kebutuhan pengguna.				
Kelengkapan Fitur					
1	Aplikasi <i>Bima Mobile</i> memiliki fitur yang lengkap dan up to date untuk kebutuhan transaksi.				
2	Saya dapat melakukan berbagai jenis transaksi dalam <i>Bima Mobile</i> .				
3	Fitur-fitur dalam aplikasi berfungsi dengan baik.				
4	Aplikasi memiliki fitur notifikasi yang membantu pengguna.				
5	Terdapat fitur-fitur tambahan yang bermanfaat bagi saya.				
Kemudahan Penggunaan					
1	Tampilan aplikasi <i>Bima Mobile</i> mudah digunakan.				
2	Menu dan ikon dalam aplikasi mudah dikenali.				
3	Aplikasi dapat digunakan tanpa memerlukan bantuan pihak lain.				
4	Proses <i>login</i> dan transaksi dapat dilakukan dengan mudah.				
5	Saya tidak mengalami kesulitan saat menggunakan fitur-fitur di <i>Bima Mobile</i> .				
Keamanan Transaksi					
1	Saya merasa aman saat menggunakan <i>Bima Mobile</i> untuk bertransaksi.				
2	Aplikasi memiliki fitur keamanan seperti PIN atau kode OTP.				
3	Data pribadi saya terlindungi saat menggunakan aplikasi.				

No .	Indikator	SS	S	TS	STS
		4	3	2	1
4	Aplikasi memberikan konfirmasi saat akan terjadi transaksi.				
5	Saya percaya bahwa aplikasi menjaga kerahasiaan data saya.				

LAMPIRAN 2 SKORING UJI INSTRUMEN

No.	Kualitas Layanan					Total X1
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	
1	3	4	4	3	4	18
2	4	3	4	4	4	19
3	3	3	4	3	4	17
4	4	3	3	3	4	19
5	2	2	2	2	2	10
6	3	4	3	4	4	18
7	2	3	3	3	2	13
8	3	3	3	3	3	15
9	3	3	3	3	4	16
10	4	4	4	3	4	19
11	3	3	4	3	3	16
12	1	1	1	1	1	5
13	3	3	4	2	3	15
14	3	3	3	3	3	5
15	3	4	4	3	4	18
16	4	3	3	3	4	17
17	3	3	4	3	3	16
18	3	3	4	4	4	18
19	4	4	4	3	4	19
20	4	3	4	3	4	18
21	4	4	3	4	4	19
22	3	3	4	3	3	16
23	4	3	3	3	4	17
24	3	4	3	3	3	16
25	2	2	2	2	2	10
26	4	3	4	4	4	19
27	3	3	3	3	4	16
28	3	4	3	3	3	16
29	2	3	4	4	2	15
30	4	3	3	3	4	17

No.	Kelengkapan Fitur					Total X2
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	
1	4	4	3	3	2	16
2	3	3	3	4	3	16
3	3	3	3	3	3	15
4	3	4	3	3	3	16
5	4	3	2	2	2	13
6	3	3	3	3	2	14
7	3	3	4	3	3	16
8	3	3	4	4	3	17
9	3	3	3	3	3	15
10	4	4	3	3	3	17
11	3	3	3	3	3	15
12	1	1	2	1	1	6
13	3	3	3	3	3	15
14	3	3	3	3	4	6
15	4	4	2	4	3	17
16	4	3	3	3	4	17
17	3	3	3	3	3	15
18	4	4	3	4	3	18
19	3	3	3	3	3	15
20	3	4	4	3	4	18
21	3	3	3	3	3	15
22	3	3	4	4	3	17
23	3	3	3	3	3	15
24	4	3	4	3	3	17
25	3	3	1	3	2	12
26	2	2	2	2	2	10
27	4	4	4	4	3	19
28	3	3	3	4	3	16
29	4	4	4	4	3	19
30	4	3	3	4	3	17

No.	Kemudahan Penggunaan					Total X3
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	
1	3	3	3	3	3	15
2	3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	3	15
4	4	3	3	3	4	17
5	3	3	4	3	4	17
6	3	3	3	3	4	16
7	3	3	3	3	3	15
8	3	3	3	3	3	15
9	3	3	3	4	4	17
10	4	4	4	4	4	20
11	3	3	3	3	3	15
12	2	2	2	2	2	10
13	3	3	4	3	3	16
14	4	3	4	4	4	19
15	2	3	3	3	2	13
16	3	3	4	3	3	16
17	4	4	3	4	3	18
18	3	3	3	3	3	15
19	4	4	4	4	4	20
20	3	3	3	3	3	15
21	3	3	3	3	3	15
22	4	3	3	4	3	17
23	3	4	4	3	4	18
24	3	4	3	3	3	16
25	4	3	3	3	4	17
26	3	3	3	3	3	15
27	4	4	4	4	4	20
28	3	3	3	3	3	15
29	3	3	3	3	3	15
30	3	4	4	4	3	18

No.	Keamanan Transaksi					Total X4
	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	
1	3	3	3	3	3	15
2	3	3	3	3	3	15
3	4	3	3	3	3	16
4	3	3	3	3	3	15
5	2	2	2	3	2	11
6	3	3	3	3	3	15
7	4	4	4	4	4	20
8	4	4	2	2	4	16
9	4	3	3	3	3	16
10	4	4	4	4	4	20
11	3	3	3	3	3	15
12	3	3	4	3	3	16
13	4	4	4	4	4	20
14	3	4	4	3	4	18
15	3	4	2	4	3	16
16	4	4	4	4	4	20
17	4	4	4	4	4	20
18	4	4	3	3	4	18
19	4	4	4	4	4	20
20	3	4	3	4	4	18
21	3	3	3	3	3	15
22	4	4	3	3	4	18
23	4	4	3	4	3	18
24	4	4	4	4	4	20
25	3	3	3	4	3	16
26	3	3	3	2	4	15
27	4	4	4	4	4	20
28	4	4	4	4	4	20
29	3	4	3	3	3	16
30	4	3	3	3	4	17

No.	Kepuasan Nasabah					Total Y
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	
1	3	4	3	4	4	18
2	4	3	3	4	3	17
3	3	4	4	4	3	18
4	4	3	3	3	3	16
5	4	4	4	4	4	20
6	3	4	4	4	4	19
7	4	4	4	4	4	20
8	4	4	4	4	4	20
9	4	4	4	4	4	20
10	4	4	4	4	4	20
11	4	4	4	4	4	20
12	4	4	4	4	4	20
13	3	3	3	3	3	15
14	3	4	4	4	4	19
15	4	3	3	3	3	16
16	4	3	4	4	4	19
17	3	3	3	3	3	15
18	3	3	3	3	4	16
19	4	4	4	4	4	20
20	4	4	4	4	4	20
21	4	4	4	4	4	20
22	4	4	4	4	4	20
23	3	3	3	3	3	15
24	3	3	3	3	3	15
25	4	4	4	4	4	20
26	4	4	4	4	4	20
27	3	3	3	3	3	15
28	3	3	3	3	3	15
29	3	3	3	3	3	15
30	4	4	4	4	3	19

LAMPIRAN 3 HASIL OLAH DATA UJI INSTRUMEN

HASIL UJI VALIDITAS

Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan (X1)

		Correlations					Kualitas Layanan
		X11	X12	X13	X14	X15	
X11	Pearson Correlation	1	.552**	.508**	.523**	.864**	.741**
	Sig. (2-tailed)		.002	.004	.003	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X12	Pearson Correlation	.552**	1	.578**	.595**	.627**	.681**
	Sig. (2-tailed)	.002		.001	.001	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X13	Pearson Correlation	.508**	.578**	1	.590**	.553**	.680**
	Sig. (2-tailed)	.004	.001		.001	.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X14	Pearson Correlation	.523**	.595**	.590**	1	.584**	.655**
	Sig. (2-tailed)	.003	.001	.001		.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X15	Pearson Correlation	.864**	.627**	.553**	.584**	1	.795**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.002	.001		.000
	N	30	30	30	30	30	30
Kualitas Layanan	Pearson Correlation	.741**	.681**	.680**	.655**	.795**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji Validitas Variabel Kelengkapan Fitur (X2)

Correlations

		X21	X22	X23	X24	X25	Kelengkapan Fitur
X21	Pearson Correlation	1	.771**	.266	.569**	.398*	.683**
	Sig. (2-tailed)		.000	.155	.001	.029	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X22	Pearson Correlation	.771**	1	.358	.622**	.480**	.721**
	Sig. (2-tailed)	.000		.052	.000	.007	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X23	Pearson Correlation	.266	.358	1	.469**	.545**	.581**
	Sig. (2-tailed)	.155	.052		.009	.002	.001
	N	30	30	30	30	30	30
X24	Pearson Correlation	.569**	.622**	.469**	1	.523**	.715**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.009		.003	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X25	Pearson Correlation	.398*	.480**	.545**	.523**	1	.430*
	Sig. (2-tailed)	.029	.007	.002	.003		.018
	N	30	30	30	30	30	30
Kelengkapan Fitur	Pearson Correlation	.683**	.721**	.581**	.715**	.430*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000	.018	
	N	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Uji Validitas Variabel Kemudahan Penggunaan (X3)

		Correlations					
		X31	X32	X33	X34	X35	Keamanan Transaksi
X31	Pearson Correlation	1	.491**	.409*	.696**	.687**	.827**
	Sig. (2-tailed)		.006	.025	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X32	Pearson Correlation	.491**	1	.602**	.650**	.415*	.773**
	Sig. (2-tailed)	.006		.000	.000	.023	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X33	Pearson Correlation	.409*	.602**	1	.543**	.552**	.771**
	Sig. (2-tailed)	.025	.000		.002	.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X34	Pearson Correlation	.696**	.650**	.543**	1	.485**	.834**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.002		.007	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X35	Pearson Correlation	.687**	.415*	.552**	.485**	1	.800**
	Sig. (2-tailed)	.000	.023	.002	.007		.000
	N	30	30	30	30	30	30
Keamanan Transaksi	Pearson Correlation	.827**	.773**	.771**	.834**	.800**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Hasil Uji Validitas Variabel Keamanan Transaksi (X4)

		Correlations					Kemudahan Penggunaan
		X41	X42	X43	X44	X45	
X41	Pearson Correlation	1	.633**	.471**	.343	.684**	.792**
	Sig. (2-tailed)		.000	.009	.064	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X42	Pearson Correlation	.633**	1	.447*	.504**	.738**	.841**
	Sig. (2-tailed)	.000		.013	.005	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X43	Pearson Correlation	.471**	.447*	1	.532**	.565**	.782**
	Sig. (2-tailed)	.009	.013		.002	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X44	Pearson Correlation	.343	.504**	.532**	1	.245	.681**
	Sig. (2-tailed)	.064	.005	.002		.192	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X45	Pearson Correlation	.684**	.738**	.565**	.245	1	.818**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.192		.000
	N	30	30	30	30	30	30
Kemudahan Penggunaan	Pearson Correlation	.792**	.841**	.782**	.681**	.818**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Hasil Uji Validitas Kepuasan Nasabah (Y)

		Correlations					Kepuasan Nasabah
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	
Y1	Pearson Correlation	1	.444*	.583**	.577**	.444*	.707**
	Sig. (2-tailed)		.014	.001	.001	.014	.000
	N	30	30	30	30	30	30
Y2	Pearson Correlation	.444*	1	.861**	.866**	.722**	.902**
	Sig. (2-tailed)	.014		.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
Y3	Pearson Correlation	.583**	.861**	1	.866**	.722**	.935**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
Y4	Pearson Correlation	.577**	.866**	.866**	1	.722**	.933**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
Y5	Pearson Correlation	.444*	.722**	.722**	.722**	1	.837**
	Sig. (2-tailed)	.014	.000	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30
Kepuasan Nasabah	Pearson Correlation	.707**	.902**	.935**	.933**	.837**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

HASIL UJI RELIABILITAS

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Kualitas Layanan (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.881	5

Kelengkapan Fitur (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.831	5

Kemudahan Penggunaan (X3)**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.859	5

Keamanan Transaksi (X4)**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.839	5

Kepuasan Nasabah (Y)**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.914	5

LAMPIRAN 4 SKORING RESPONDEN

No.	Kualitas Layanan					Total X1
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	
1	2	3	3	2	2	12
2	3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	2	14
4	3	2	2	3	2	12
5	3	2	3	3	3	14
6	3	2	2	3	2	12
7	3	3	3	3	2	12
8	3	2	2	2	2	14
9	3	3	2	3	3	11
10	3	2	2	3	3	14
11	3	2	3	3	3	14
12	3	3	3	3	3	15
13	2	3	2	2	3	12
14	2	2	2	3	3	12
15	3	2	3	3	2	14
16	3	3	2	3	2	12
17	3	2	2	3	2	12
18	3	3	2	3	2	14
19	3	3	3	3	3	11
20	3	3	3	3	3	14
21	4	4	3	4	4	14
22	3	3	3	3	3	15
23	3	2	3	3	2	12
24	2	2	2	2	2	12
25	3	2	3	2	3	13
26	3	3	2	3	3	13
27	3	3	3	3	3	13
28	3	3	3	3	3	12
29	4	3	4	3	3	13
30	3	3	2	2	3	15
31	4	3	3	3	3	19
32	3	2	2	3	2	15
33	4	4	4	4	3	13
34	4	3	3	3	3	10
35	2	2	2	2	3	13
36	4	3	4	4	3	14

No.	Kualitas Layanan					Total X1
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	
37	3	2	2	2	2	14
38	3	3	4	3	3	15
39	3	3	3	3	3	15
40	3	3	3	3	3	17
41	3	3	3	3	3	16
42	3	2	3	3	2	12
43	3	2	3	3	2	19
44	3	2	3	2	3	16
45	3	2	3	3	2	11
46	4	3	4	4	3	18
47	3	3	3	3	3	18
48	3	3	3	3	2	11
49	3	2	2	3	2	16
50	3	2	3	3	3	15
51	4	1	3	3	1	15
52	3	3	3	3	2	13
53	3	2	2	2	2	13
54	3	3	4	3	3	13
55	3	4	4	3	4	18
56	3	3	3	3	3	15
57	3	3	3	3	3	15
58	2	2	3	2	2	15
59	2	2	2	3	3	11
60	3	3	3	3	3	12
61	3	3	3	3	2	14
62	3	2	2	3	2	12
63	3	3	2	3	3	14
64	3	3	3	3	3	15
65	2	3	4	3	3	15
66	4	4	3	4	4	19
67	3	3	3	3	3	19
68	3	2	3	3	2	15
69	2	2	2	2	2	13
70	3	2	3	2	3	10
71	3	2	3	3	3	14
72	3	3	3	3	3	15
73	3	3	3	4	3	16

No.	Kualitas Layanan					Total X1
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	
74	4	4	3	3	3	17
75	3	2	3	2	3	13
76	4	3	3	3	3	16
77	3	2	2	3	3	16
78	4	4	4	3	3	13
79	4	3	3	3	3	18
80	2	2	2	2	3	16
81	4	3	4	4	3	18
82	3	2	2	2	3	12
83	3	3	4	3	3	16
84	3	3	3	3	3	15
85	3	3	3	3	3	15
86	3	3	3	3	3	15
87	3	2	3	3	3	15
88	3	2	3	3	2	14
89	3	3	3	2	3	13
90	3	2	3	3	2	14
91	2	2	3	2	3	12
92	2	3	2	2	3	12
93	3	3	3	3	3	15
94	3	3	3	3	2	14
95	3	2	2	3	2	12
96	3	3	2	3	3	15
97	3	3	3	3	3	15
98	3	3	3	3	3	14
99	4	3	4	3	3	13
100	3	3	2	2	3	14

No.	Kelengkapan Fitur					Total X2
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	
1	3	3	3	3	3	15
2	3	3	3	3	4	16
3	3	3	2	3	3	14
4	3	2	3	3	3	14
5	3	3	2	3	3	14
6	3	3	3	3	3	15
7	3	3	3	3	3	15
8	3	3	2	3	3	15
9	3	3	3	3	3	14
10	3	2	3	3	3	15
11	3	3	3	2	3	14
12	3	3	2	3	3	14
13	3	2	3	3	3	14
14	3	3	3	2	3	14
15	3	2	3	3	3	14
16	3	2	3	2	3	15
17	2	3	2	3	3	15
18	4	3	4	3	3	15
19	4	3	3	4	3	14
20	4	3	3	3	4	15
21	4	3	3	4	3	14
22	3	3	3	3	3	14
23	3	4	3	3	3	14
24	3	3	3	3	3	14
25	3	3	3	3	3	14
26	3	3	2	3	3	13
27	2	3	3	2	3	13
28	2	2	2	2	3	13
29	3	3	4	4	4	17
30	3	3	3	3	3	17
31	3	2	3	3	3	17
32	3	3	3	3	2	15
33	3	3	3	3	3	16
34	2	3	3	3	3	15
35	4	3	4	3	4	15
36	2	2	2	3	2	14
37	2	3	2	2	3	14

No.	Kelengkapan Fitur					Total X2
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	
38	4	3	3	3	3	13
39	3	3	3	3	3	11
40	3	3	3	3	3	18
41	3	3	3	3	3	14
42	2	3	2	2	2	14
43	3	2	3	2	2	15
44	3	2	2	3	3	14
45	3	3	3	2	2	18
46	2	2	2	3	2	11
47	3	3	3	3	4	11
48	2	3	2	2	3	12
49	3	2	3	2	2	16
50	3	2	2	3	3	15
51	3	3	3	2	3	15
52	2	3	3	2	3	11
53	2	3	2	2	3	12
54	2	3	2	2	3	13
55	3	2	3	2	3	13
56	3	3	3	2	3	14
57	3	3	3	3	3	14
58	3	3	3	3	3	15
59	3	3	3	3	3	15
60	3	3	3	3	3	15
61	3	2	3	3	3	14
62	2	3	2	3	3	13
63	4	3	3	3	3	16
64	4	3	3	4	3	17
65	4	3	3	3	4	17
66	4	3	3	4	3	17
67	3	3	3	3	3	17
68	3	4	3	3	3	15
69	3	3	3	3	3	16
70	3	3	3	3	3	15
71	3	3	2	3	3	14
72	2	3	3	2	3	13
73	2	2	2	2	3	11
74	3	3	4	4	4	18

No.	Kelengkapan Fitur					Total X2
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	
75	3	3	3	3	3	15
76	3	3	3	3	3	15
77	3	3	3	3	3	15
78	3	3	3	3	3	15
79	2	3	3	3	3	15
80	4	3	4	3	4	14
81	2	2	2	3	3	12
82	2	3	2	2	3	12
83	4	3	3	3	3	16
84	3	3	3	3	3	15
85	3	3	3	3	3	15
86	3	3	3	3	3	15
87	2	3	2	3	2	15
88	3	3	3	2	2	12
89	3	2	3	3	3	13
90	3	3	3	3	2	14
91	2	3	3	3	3	14
92	4	4	4	4	3	19
93	3	3	3	3	4	16
94	4	4	4	4	4	20
95	3	4	4	4	4	19
96	3	3	2	3	3	15
97	2	3	3	2	3	15
98	2	2	2	2	3	12
99	3	3	4	4	4	13
100	3	3	3	3	3	14

No.	Kemudahan Penggunaan					Total X3
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	
1	2	3	2	3	3	13
2	3	3	2	3	3	14
3	3	3	3	3	2	14
4	3	3	3	3	3	15
5	2	3	2	3	3	13
6	3	3	3	2	3	14
7	3	3	3	3	3	14
8	3	3	3	3	3	15
9	3	3	3	3	3	15
10	3	3	3	3	3	15
11	3	3	3	3	3	15
12	2	3	3	2	3	13
13	3	3	3	3	3	15
14	3	3	3	3	2	14
15	3	2	3	2	3	13
16	2	3	3	3	2	14
17	2	3	2	3	3	14
18	2	2	3	3	3	15
19	3	3	4	3	4	15
20	4	3	3	3	4	15
21	4	3	3	3	4	15
22	3	3	3	2	3	13
23	3	3	3	2	3	15
24	3	3	3	2	3	14
25	3	3	3	3	3	13
26	3	3	3	3	4	13
27	3	3	4	3	4	13
28	4	4	3	3	4	13
29	4	3	4	4	4	13
30	3	4	4	3	4	17
31	4	4	4	4	4	17
32	3	3	3	3	2	14
33	2	2	3	2	2	14
34	3	2	2	3	2	14
35	2	3	3	3	3	15
36	3	4	3	4	3	16
37	3	3	3	3	3	16

No.	Kemudahan Penggunaan					Total X3
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	
38	3	3	3	3	3	17
39	3	3	3	3	3	18
40	2	3	3	3	2	19
41	3	2	2	3	3	20
42	3	2	3	2	2	14
43	3	3	3	2	3	11
44	2	3	2	3	3	12
45	3	2	3	2	2	14
46	3	3	2	3	3	17
47	3	3	2	3	3	17
48	3	2	2	2	2	15
49	3	3	3	3	3	15
50	2	3	2	2	3	15
51	3	2	3	2	3	13
52	3	3	3	3	3	12
53	3	3	3	3	3	14
54	3	3	3	3	3	13
55	2	3	3	2	2	12
56	3	3	3	3	3	15
57	2	3	3	3	2	15
58	3	3	3	3	3	13
59	3	3	3	3	2	15
60	3	2	3	3	2	14
61	2	2	3	3	2	12
62	2	3	3	3	3	14
63	2	2	3	2	3	12
64	3	3	3	3	4	16
65	4	3	3	3	4	17
66	4	3	3	3	3	16
67	3	3	3	2	3	16
68	3	3	2	3	3	14
69	3	3	3	3	2	14
70	3	3	3	3	3	14
71	3	3	3	3	4	16
72	3	3	3	3	4	16
73	4	3	3	3	4	17
74	3	3	3	4	4	17

No.	Kemudahan Penggunaan					Total X3
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	
75	4	3	3	3	4	17
76	4	4	3	3	4	18
77	3	3	3	3	2	18
78	2	2	3	3	2	14
79	3	3	3	3	2	12
80	3	3	3	3	3	14
81	3	4	3	4	3	17
82	3	3	3	3	3	15
83	3	3	3	3	3	15
84	3	3	3	3	3	15
85	3	3	3	3	3	15
86	3	2	2	3	3	13
87	3	2	3	2	3	13
88	3	3	3	3	3	13
89	2	3	3	3	3	15
90	3	3	3	2	2	14
91	3	3	2	3	2	13
92	3	3	2	3	3	14
93	3	3	2	3	3	14
94	3	2	2	2	2	11
95	3	3	3	3	3	15
96	3	3	3	3	4	13
97	3	3	4	3	4	13
98	4	4	3	3	4	13
99	4	3	4	4	4	15
100	3	4	4	3	4	14

No.	Keamanan Transaksi					Total X4
	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	
1	3	3	2	2	3	13
2	3	3	3	3	4	16
3	3	3	3	3	3	15
4	3	3	2	3	3	14
5	3	3	3	2	3	14
6	3	3	3	3	2	14
7	3	3	3	3	3	14
8	3	3	3	2	3	15
9	2	3	3	3	3	14
10	3	3	3	3	3	14
11	3	2	3	3	3	14
12	3	2	2	2	2	11
13	3	3	3	3	2	14
14	3	3	2	3	3	14
15	3	3	3	3	2	14
16	2	2	3	2	2	14
17	2	3	3	2	3	14
18	3	3	3	3	3	15
19	3	3	4	3	3	14
20	3	3	3	3	3	14
21	3	3	4	3	4	14
22	3	3	3	2	2	11
23	3	3	3	3	2	14
24	2	2	2	2	2	14
25	3	2	3	3	2	14
26	3	2	3	3	2	11
27	2	2	3	3	3	11
28	3	3	2	3	3	13
29	2	2	3	2	2	15
30	3	3	3	3	3	16
31	3	3	3	2	3	17
32	3	3	3	3	2	13
33	2	2	2	2	2	14
34	2	3	3	2	3	10
35	3	3	3	3	3	13
36	2	3	2	2	3	13
37	3	3	3	2	3	13

No.	Keamanan Transaksi					Total X4
	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	
38	4	3	3	3	3	13
39	3	3	3	3	3	14
40	3	2	2	2	2	11
41	3	3	3	3	3	14
42	3	3	3	3	3	14
43	3	3	3	3	3	10
44	3	3	3	3	3	13
45	3	3	3	3	3	15
46	3	3	3	2	3	12
47	3	3	3	3	4	12
48	3	3	3	2	3	14
49	3	3	2	3	3	16
50	3	3	3	4	3	15
51	3	3	3	3	4	15
52	3	3	3	3	3	15
53	3	3	3	2	3	15
54	4	3	3	3	3	15
55	3	3	3	3	3	15
56	3	3	3	3	3	15
57	3	2	3	3	2	15
58	3	3	3	3	2	13
59	3	3	3	2	3	14
60	3	3	3	3	2	14
61	2	3	3	3	3	14
62	2	3	2	3	3	13
63	3	3	3	3	3	15
64	3	3	3	4	3	16
65	3	3	3	3	3	15
66	3	3	3	4	3	16
67	3	3	3	2	2	16
68	3	3	3	3	2	13
69	3	3	2	2	3	14
70	3	2	3	3	2	13
71	3	3	3	2	2	13
72	2	2	3	3	3	13
73	3	3	2	3	3	14
74	2	2	3	2	2	11

No.	Keamanan Transaksi					Total X4
	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	
75	3	3	3	3	3	15
76	3	3	2	3	3	14
77	3	3	3	3	2	14
78	2	2	2	2	3	14
79	2	3	3	2	3	11
80	3	2	3	3	3	13
81	2	3	2	2	3	12
82	3	3	3	2	3	14
83	4	3	3	3	3	16
84	3	3	3	3	3	15
85	3	2	2	2	3	12
86	3	3	3	3	3	15
87	3	3	3	3	3	15
88	3	3	3	3	3	15
89	3	3	3	3	3	15
90	3	3	3	3	3	15
91	3	3	3	3	3	15
92	3	3	3	4	3	16
93	3	3	3	3	4	16
94	3	3	3	4	3	16
95	3	3	4	3	3	16
96	3	2	3	3	2	15
97	2	2	3	3	3	15
98	3	3	2	3	3	15
99	2	2	3	2	2	15
100	3	3	3	3	3	15

No.	Kepuasan Nasabah					Total Y
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	
1	3	3	2	3	3	14
2	3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	3	15
4	3	3	3	2	3	14
5	3	3	2	3	3	14
6	3	3	3	3	3	15
7	4	3	3	3	4	15
8	3	3	3	3	3	17
9	3	4	3	3	3	15
10	3	3	3	3	3	16
11	3	3	3	4	3	16
12	3	3	3	3	3	15
13	3	3	3	3	3	15
14	3	3	3	3	3	15
15	3	3	3	3	3	14
16	3	3	3	3	3	15
17	3	3	3	3	3	15
18	3	3	3	3	3	17
19	3	4	4	4	3	15
20	4	3	3	3	4	16
21	4	4	4	3	4	16
22	3	3	3	3	3	15
23	3	3	3	3	3	15
24	2	2	2	2	2	15
25	3	3	3	3	3	15
26	3	3	3	3	3	15
27	3	3	3	3	3	15
28	3	4	3	3	3	15
29	4	3	4	4	4	15
30	3	3	3	3	3	18
31	3	4	3	3	3	19
32	3	3	3	3	3	15
33	3	3	4	3	3	15
34	3	3	3	3	3	10
35	3	4	3	3	3	15
36	3	3	2	3	3	15
37	3	3	3	3	3	15

No.	Kepuasan Nasabah					Total Y
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	
38	3	4	3	3	3	15
39	3	3	3	4	3	16
40	3	3	3	3	3	19
41	3	3	3	3	3	16
42	3	3	3	3	3	15
43	3	3	3	2	3	16
44	3	3	2	3	3	15
45	3	3	3	3	3	16
46	3	3	2	3	3	14
47	3	3	3	3	3	14
48	3	3	3	3	3	15
49	3	3	3	2	3	16
50	3	3	2	3	3	16
51	3	3	3	3	3	15
52	4	3	3	3	4	15
53	3	3	3	3	3	14
54	3	4	3	3	3	14
55	3	3	3	3	3	15
56	3	3	3	4	3	16
57	3	3	3	3	3	16
58	3	3	3	3	3	15
59	3	3	3	3	3	15
60	3	3	3	3	3	15
61	3	3	3	3	3	15
62	3	4	3	3	3	16
63	3	3	3	4	3	16
64	3	4	4	4	3	18
65	4	3	3	3	4	17
66	4	4	4	3	4	19
67	3	3	4	3	3	19
68	3	3	3	3	4	16
69	2	3	3	3	3	16
70	3	3	3	3	3	14
71	3	3	4	3	3	16
72	3	3	3	4	3	16
73	3	4	3	3	4	17
74	4	3	4	4	4	19

No.	Kepuasan Nasabah					Total Y
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	
75	3	3	3	3	4	16
76	3	4	3	3	3	16
77	3	3	3	4	3	16
78	3	3	4	3	3	16
79	3	4	3	4	3	16
80	3	4	3	3	3	17
81	3	3	2	3	3	14
82	3	3	3	3	4	16
83	3	4	3	4	3	17
84	3	3	3	4	3	16
85	3	3	3	3	3	15
86	3	4	3	3	3	16
87	3	3	3	4	3	16
88	3	3	3	3	3	16
89	3	3	3	3	3	15
90	3	3	3	3	4	15
91	3	4	3	4	4	18
92	3	3	2	3	3	14
93	3	3	3	3	3	15
94	3	3	3	3	3	15
95	3	3	3	2	3	14
96	3	3	3	3	3	16
97	3	3	3	3	3	16
98	3	4	3	3	3	16
99	4	3	4	4	4	15
100	3	3	3	3	3	15

LAMPIRAN 5 HASIL OLAH DATA RESPONDEN

UJI ASUMSI KLASIK

1. Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.721	1.515		2.456	.016		
	Kualitas Layanan	.278	.051	.435	5.396	.000	.923	1.083
	Kelengkapan Fitur	.167	.061	.223	2.749	.007	.911	1.098
	Kemudahan Penggunaan	.175	.062	.227	2.820	.006	.929	1.076
	Keamanan Transaksi	.210	.073	.232	2.861	.005	.911	1.097

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

2. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.119	.994		.120	.905
	Kualitas Layanan	.026	.034	.078	.759	.450
	Kelengkapan Fitur	.047	.040	.122	1.172	.244
	Kemudahan Penggunaan	.052	.041	.133	1.292	.200
	Keamanan Transaksi	-.086	.048	-.185	-1.786	.077

a. Dependent Variable: Absolut_Residual

3. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.98638544
Most Extreme Differences	Absolute	.115
	Positive	.066
	Negative	-.115
Kolmogorov-Smirnov Z		1.151
Asymp. Sig. (2-tailed)		.141
a. Test distribution is Normal.		

ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.655 ^a	.429	.405	1.00694

a. Predictors: (Constant), Keamanan Transaksi, Kemudahan Penggunaan , Kualitas Layanan , Kelengkapan Fitur

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	72.427	4	18.107	17.858	.000 ^a
	Residual	96.323	95	1.014		
	Total	168.750	99			

a. Predictors: (Constant), Keamanan Transaksi, Kemudahan Penggunaan , Kualitas Layanan , Kelengkapan Fitur

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.721	1.515		2.456	.016
	Kualitas Layanan	.278	.051	.435	5.396	.000
	Kelengkapan Fitur	.167	.061	.223	2.749	.007
	Kemudahan Penggunaan	.175	.062	.227	2.820	.006
	Keamanan Transaksi	.210	.073	.232	2.861	.005

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

LAMPIRAN 6 Tabel r Product Moment

N	Sig.		N	Sig.		N	Sig.	
	5%	1%		5%	1%		5%	1%
3	0.997	0.999	27	0.381	0.487	55	0.266	0.345
4	0.950	0.990	28	0.374	0.478	60	0.254	0.330
5	0.878	0.959	29	0.367	0.470	65	0.244	0.317
6	0.811	0.917	30	0.361	0.463	70	0.235	0.306
7	0.754	0.874	31	0.355	0.456	75	0.227	0.296
8	0.707	0.934	32	0.349	0.449	80	0.220	0.286
9	0.666	0.798	33	0.344	0.442	85	0.213	0.278
10	0.632	0.765	34	0.339	0.436	90	0.207	0.270
11	0.602	0.735	35	0.334	0.430	95	0.202	0.263
12	0.576	0.708	36	0.329	0.424	100	0.195	0.256
13	0.553	0.684	37	0.325	0.418	125	0.176	0.230
14	0.532	0.661	38	0.320	0.413	150	0.159	0.210
15	0.514	0.641	39	0.316	0.408	175	0.207	0.194
16	0.497	0.623	40	0.312	0.403	200	0.138	0.181
17	0.482	0.606	41	0.308	0.398	300	0.113	0.148
18	0.468	0.590	42	0.304	0.393	400	0.098	0.128
19	0.456	0.575	43	0.301	0.389	500	0.088	0.115
20	0.444	0.561	44	0.297	0.384	600	0.080	0.105
21	0.433	0.549	45	0.294	0.380	700	0.074	0.097
22	0.423	0.537	46	0.291	0.376	800	0.070	0.091
23	0.413	0.526	47	0.288	0.372	900	0.065	0.086
24	0.404	0.515	48	0.284	0.368	1000	0.062	0.081
25	0.396	0.505	49	0.281	0.364			
26	0.388	0.496	50	0.279	0.361			

LAMPIRAN 7

NILAI-NILAI DALAM DISTRUBSI-t

α untuk uji dua fihak (two tail test)						
	0,50	0,20	0,10	0,05	0,02	0,01
α untuk uji satu fihak (one tail test)						
dk	0,25	0,10	0,05	0,025	0,01	0,005
1	1,000	3,078	6,314	12,706	31,821	63,657
2	0,816	1,886	2,920	4,303	6,965	9,925
3	0,765	1,638	2,353	3,182	4,541	5,841
4	0,741	1,533	2,132	2,776	3,747	4,604
5	0,727	1,486	2,015	2,571	3,365	4,032
6	0,718	1,440	1,943	2,447	3,143	3,707
7	0,711	1,415	1,895	2,365	2,998	3,499
8	0,706	1,397	1,860	2,306	2,896	3,355
9	0,703	1,383	1,833	2,262	2,821	3,250
10	0,700	1,372	1,812	2,228	2,764	3,165
11	0,697	1,363	1,796	2,201	2,718	3,106
12	0,695	1,356	1,782	2,178	2,681	3,055
13	0,692	1,350	1,771	2,160	2,650	3,012
14	0,691	1,345	1,761	2,145	2,624	2,977
15	0,690	1,341	1,753	2,132	2,623	2,947
16	0,689	1,337	1,746	2,120	2,583	2,921
17	0,688	1,333	1,740	2,110	2,567	2,898
18	0,688	1,330	1,743	2,101	2,552	2,878
19	0,687	1,328	1,729	2,093	2,539	2,861
20	0,687	1,325	1,725	2,086	2,528	2,845
21	0,686	1,323	1,721	2,080	2,518	2,831
22	0,686	1,321	1,717	2,074	2,508	2,819
23	0,685	1,319	1,714	2,069	2,500	2,807
24	0,685	1,318	1,711	2,064	2,492	2,797
25	0,684	1,316	1,708	2,060	2,485	2,787
26	0,684	1,315	1,706	2,056	2,479	2,779
27	0,684	1,314	1,703	2,052	2,473	2,771
28	0,683	1,313	1,701	2,048	2,467	2,763
29	0,683	1,311	1,699	2,045	2,462	2,756
30	0,683	1,310	1,697	2,042	2,457	2,750
40	0,681	1,303	1,684	2,021	2,423	2,704
60	0,679	1,296	1,671	2,000	2,390	2,660
120	0,677	1,289	1,658	1,980	2,358	2,617
∞	0,674	1,282	1,645	1,960	2,326	2,576

LAMPIRAN 8

Tabel Nilai $F_{0.05}$

Degrees of freedom for numerator

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	12	15	20	24	30	40	60	120	
1	161	200	216	225	230	234	237	239	241	242	244	246	248	249	250	251	252	253	254
2	18,50	19,00	19,20	19,20	19,30	19,30	19,40	19,40	19,40	19,40	19,40	19,40	19,40	19,50	19,50	19,50	19,50	19,50	19,50
3	10,10	9,55	9,28	9,12	9,01	8,94	8,89	8,85	8,84	8,79	8,74	8,70	8,66	8,64	8,62	8,59	8,57	8,55	8,53
4	7,71	6,94	6,59	6,39	6,26	6,16	6,09	6,04	6,00	5,96	5,91	5,86	5,80	5,77	5,75	5,72	5,69	5,66	5,63
5	6,61	5,79	5,41	5,19	5,05	4,95	4,88	4,82	4,77	4,74	4,68	4,62	4,56	4,53	4,50	4,46	4,43	4,40	4,37
6	5,99	5,14	4,76	4,53	4,39	4,28	4,21	4,15	4,10	4,06	4,00	3,94	3,87	3,84	3,81	3,77	3,74	3,70	3,67
7	5,59	4,74	4,35	4,12	3,97	3,87	3,79	3,73	3,68	3,64	3,57	3,51	3,44	3,41	3,38	3,34	3,30	3,27	3,23
8	5,32	4,46	4,07	3,84	3,68	3,58	3,50	3,44	3,39	3,35	3,28	3,22	3,15	3,12	3,08	3,04	3,01	2,97	2,93
9	5,12	4,26	3,86	3,63	3,48	3,37	3,29	3,23	3,18	3,14	3,07	3,01	2,94	2,90	2,86	2,83	2,79	2,75	2,71
10	4,96	4,10	3,71	3,48	3,33	3,22	3,14	3,07	3,02	2,98	2,91	2,85	2,77	2,74	2,70	2,66	2,62	2,58	2,54
11	4,84	3,98	3,59	3,36	3,20	3,09	3,01	2,95	2,90	2,85	2,79	2,72	2,65	2,61	2,57	2,53	2,49	2,54	2,40
12	4,75	3,89	3,49	3,26	3,11	3,00	2,91	2,85	2,80	2,75	2,69	2,62	2,54	2,51	2,47	2,43	2,38	2,34	2,30
13	4,67	3,81	3,41	3,18	3,03	2,92	2,83	2,77	2,71	2,67	2,60	2,53	2,46	2,42	2,38	2,34	2,30	2,25	2,21
14	4,60	3,74	3,34	3,11	2,96	2,85	2,76	2,70	2,65	2,60	2,53	2,46	2,39	2,35	2,31	2,27	2,22	2,18	2,13
15	4,54	3,68	3,29	3,06	2,90	2,79	2,71	2,64	2,59	2,54	2,48	2,40	2,33	2,29	2,25	2,20	2,16	2,11	2,07
16	4,49	3,63	3,24	3,01	2,85	2,74	2,66	2,59	2,54	2,49	2,42	2,35	2,28	2,24	2,19	2,15	2,11	2,06	2,01
17	4,45	3,59	3,20	2,96	2,81	2,70	2,61	2,55	2,49	2,45	2,38	2,31	2,23	2,19	2,15	2,10	2,06	2,01	1,96
18	4,41	3,55	3,16	2,93	2,77	2,66	2,58	2,51	2,46	2,41	2,34	2,27	2,19	2,15	2,11	2,06	2,02	1,97	1,92
19	4,38	3,52	3,13	2,90	2,74	2,63	2,54	2,48	2,42	2,38	2,31	2,23	2,16	2,11	2,07	2,03	1,98	1,93	1,88
20	4,35	3,49	3,10	2,87	2,71	2,60	2,51	2,45	2,39	2,35	2,28	2,20	2,12	2,08	2,04	1,99	1,95	1,90	1,84
21	4,32	3,47	3,07	2,84	2,68	2,57	2,49	2,42	2,37	2,32	2,25	2,18	2,10	2,05	2,01	1,96	1,92	1,87	1,81
22	4,30	3,44	3,05	2,82	2,66	2,55	2,46	2,40	2,34	2,30	2,23	2,15	2,07	2,03	1,98	1,94	1,89	1,84	1,78
23	4,28	3,42	3,03	2,80	2,64	2,53	2,44	2,37	2,32	2,27	2,20	2,13	2,05	2,01	1,96	1,91	1,86	1,81	1,76
24	4,26	3,40	3,01	2,78	2,62	2,51	2,42	2,36	2,30	2,25	2,18	2,11	2,03	1,98	1,94	1,89	1,84	1,79	1,73
25	4,24	3,39	2,99	2,76	2,60	2,49	2,40	2,34	2,28	2,24	2,16	2,09	2,01	1,96	1,92	1,87	1,82	1,77	1,71
30	4,17	3,32	2,92	2,69	2,53	2,42	2,33	2,27	2,21	2,16	2,09	2,01	1,93	1,89	1,84	1,79	1,74	1,68	1,62
40	4,08	3,23	2,84	2,61	2,45	2,34	2,25	2,18	2,12	2,08	2,00	1,92	1,84	1,79	1,74	1,69	1,64	1,58	1,51
60	4,00	3,15	2,76	2,53	2,37	2,25	2,17	2,10	2,04	1,99	1,92	1,84	1,75	1,70	1,62	1,59	1,53	1,47	1,39
120	3,92	3,07	2,68	2,45	2,29	2,18	2,09	2,02	1,96	1,91	1,83	1,75	1,66	1,61	1,55	1,50	1,43	1,35	1,25
	3,84	3,00	2,60	2,37	2,21	2,10	2,01	1,94	1,88	1,83	1,75	1,67	1,57	1,52	1,46	1,39	1,32	1,22	1,00